

pactos
& disputas político-comunicacionais
sobre a presidenta Dilma

maria helena weber (org.)



Pactos e disputas político-comunicacionais sobre a presidenta Dilma

Maria Helena Weber (Org.)

Pactos e disputas político-comunicacionais sobre a presidenta Dilma

Porto Alegre

Figura de Linguagem

2021

Copyright by Maria Helena Weber (Org.)

Revisão: Coletivo Manabu

Projeto gráfico: Editora Figura de Linguagem

Catálogo na Publicação (CIP)

Ficha Catalográfica

Weber, Maria Helena (Org). Pactos e disputas político-comunicacionais sobre a presidenta Dilma. Porto Alegre:

Figura de Linguagem, 2021, 883 p.

1. Comunicação social 2. Política 3. Título

ISBN 978-65-88942-12-3

Conselho editorial

Luís Augusto Fischer

Silvana Bastos

Felipe Polydoro

Roberta Flores Pedroso

Felipe Minor

Fernanda Bastos

UM PARADOXO POLÍTICO-COMUNICACIONAL (hipótese sobre o poder provocada por Dilma Rousseff)

Maria Helena Weber

O mundo cotidiano do senso comum, do qual não se podem furtar nem o filósofo, nem o cientista, conhece tanto o erro quanto a ilusão. E, no entanto, nem a eliminação de erros, nem a dissipação de ilusões podem levar a uma região que esteja além da aparência. Pois quando se dissipa uma ilusão, quando se rompe, é sempre em proveito de uma nova aparência que retoma, por sua própria, a função ontológica da primeira... (Hannah Arendt, 1992)

Introdução

É sobre a autonomia e a interdependência entre os poderes do estado republicano, da sociedade e dos meios de comunicação, em permanente disputa por visibilidade, opinião pública e imagem pública, tensionando interesses públicos e interesses privados, que desenvolvo este texto. Portanto, comunicação pública é o conceito norteador deste trabalho formulado a partir de análises sobre a vida política, o governo e o *impeachment* da ex-presidenta Dilma Vana Rousseff.

Tenho a pretensão de incluir mais uma hipótese às afirmações sobre as novas configurações da democracia contemporânea, a partir do poder da comunicação, das mídias e da sociedade, especificamente, a existência de um *paradoxo político-comunicacional* que abrigaria a inevitabilidade de três processos capazes de impedir a consecução plena da comunicação pública inerente à democracia e à representação política. Especificamente: o exercício dos poderes republicanos obedientes ao interesse público, mas também aos arranjos da ordem privada, onde convivem níveis de transparência e ocultamento das suas práticas; a exigência da

publicidade imanente às democracias, mantida por sistemas de produção de comunicação, mas que incidem também na visibilidade de projetos político individuais, para além do projeto partidário ou governamental, hibridizando-os. O terceiro processo está relacionado à necessidade imperiosa dos políticos e governantes de obterem uma imagem pública favorável constituída no âmbito da sociedade e cidadãos, a partir da credibilidade decorrente da visibilidade institucional estratégica e da visibilidade outorgada, na fronteira de interesses públicos e privados. Esta formulação tem por base os achados empíricos e conceituais da produção científica desenvolvida no âmbito do Núcleo de Pesquisa em Comunicação Pública e Política (PPGCOM/UFRGS) e a produção de Weber (1999,2004,2006,2009, 2017); Weber, Coelho (2011); Weber; Coelho; Locatelli, 2017; Weber, Luz e Barreras (2018).

A premissa do texto reside no fato de que a democracia é realizada a partir da comunicação e relações, assim como seus atos são comunicados, para que possa exercer a representação que lhe foi atribuída. As práticas e produtos comunicacionais executados em regimes democráticos obedecem, portanto, a parâmetros normativos da comunicação pública e nesta perspectiva se constituem, hipoteticamente, parâmetros de avaliação da qualidade das democracias. Essa qualidade reside na oscilação entre interesses públicos e interesses privados; entre interesses do Estado e objetivos pessoais e ideológico-partidários e entre a comunicação do Estado em tensão com outras instâncias de visibilidade (mídias convencionais, imprensa, mídias sociais, sociedade organizada; grupos sociais, religião, instituições científicas, mercado e outros).

A visibilidade e a credibilidade do governo da ex-presidenta Dilma Rousseff (2010-2016) até seu *impeachment*, como parte de um golpe mais amplo (Miguel, 2019) visando a eleição presidencial de 2018 e a ascensão da direita são parte da sua trajetória e reputação transformados em temas de pesquisa sediados na problematização sobre a democracia brasileira, que abrange a democracia contemporânea; o governo da primeira mulher eleita

presidenta do país; a imagem pública do governo, da presidenta e do seu partido (PT); o exercício da comunicação pública pelo Estado em relação ao poder da imprensa, da opinião pública e da comunicação de adversários. Esse tensionamento sustenta a reflexão sobre a existência de um paradoxo político–comunicacional que expõe a complexidade da política contemporânea, especialmente, a das democracias diante do poder da imprensa, da circulação de informações, da propaganda, mídias digitais e sociais.

O objetivo do artigo é formular o paradoxo político-comunicacional constituído no campo da comunicação política, a partir do debate sobre a indissociabilidade entre os jogos da política, a produção da comunicação e a democracia, considerando as diferenças culturais, políticas e de gestão que caracterizaram as eleições da presidenta Dilma, em 2010 e 2014. A visibilidade da política e da governança é propiciada pela comunicação, que mesmo de naturezas ontológicas diferenciadas, são interdependentes. Nesta conjunção foi construído esse texto que pretende problematizar, também, questões relacionadas à visibilidade dos poderes (ininterrupta e intensa) e à credibilidade sobre os poderes (desejada e incontrollável) definida por cidadãos e grupos sociais. Em torno de visibilidade e credibilidade circulam protagonistas que disputam, pactuam e conquistam lugares de poder num Estado democrático.

As evidências demonstram que a política contemporânea vem sendo configurada por novos arranjos da sociedade e de mobilização social; novas forças discursivas; novas combinações ideológicas, e a potência da comunicação assegurada pela tecnologia digital. Nas mídias sociais convivem a ampliação do debate público, da participação, do acesso e da transparência das instituições públicas, assim como a produção de distorções, dúvidas, mentiras e falácias capazes de desqualificar quaisquer discursos.

Há novas combinações ideológicas nas práticas de governos democráticos que incluem práticas próprias do autoritarismo que afrontam princípios republicanos e confundem interesses públicos

e interesses privados. Em todo esse processo, podem ser identificadas estratégias voltadas à publicidade de ações, obtenção de visibilidade e o desejo por índices favoráveis à imagem pública, como indicadores de aceitação popular. A midiaticização (Stig, 2012; Fausto Neto et al, 2012) da política obtém concretude em mídias convencionais, redes, processos, produtos e circuitos, assim como direciona a visibilidade de suas ações para esfera de visibilidade pública.

A formulação da hipótese sobre a existência de um paradoxo político-comunicacional é baseada na complexidade da dependência entre instituições políticas, políticos, governantes e regimes políticos à comunicação executada pela publicidade, propaganda, informações, eventos, imagens e notícias que incidem na formação da opinião e da imagem pública, instâncias determinantes de avaliação e disputa de poderes. Baseada, também, em diferentes processos e estratégias capazes de borrar as fronteiras entre o interesse público e interesses privados.

Formular e explicitar o paradoxo político-comunicacional abrange identificar limites, impedimentos e tensões permanentes ao exercício da comunicação pública por instituições políticas e governamentais nas democracias, na medida em que estas, estrategicamente, devem obedecer ao interesse público, mas também promovem seu projeto político-partidário e ambições pessoais. Este processo é atravessado pela visibilidade institucional (planejada e autônoma) desenvolvida por estas instituições e a visibilidade outorgada (concedida e vigilante) a estas instituições pela sociedade, imprensa, mercado e mídias sociais mídias capazes de incidir na formação da imagem pública.

Refletir sobre o paradoxo político-comunicacional permite avançar na compreensão sobre os movimentos da comunicação pública tão forte quanto a defesa do interesse público nas democracias, mas tão vulnerável à intervenção de elementos privados, que a defesa da sua normatividade pode ser interpretada como uma utopia. As operações de natureza política em uma democracia são dirigidas à aprovação do povo, da opinião pública

que elegem seus representantes e, esta aprovação está relacionada à obtenção de credibilidade diretamente associada à visibilidade de seus atos cuja decodificação ocorre na mistura da racionalidade e da emoção. Para tanto, concorrem a difusão de informações, discursos, ocupação estratégica de espaços e a produção de verdades, mentiras e falácias sobre ações, pessoas, instituições e acontecimentos; as reivindicações e manifestações de grupos sociais, e as imposições do mercado.

Nesse enredamento de interesses há disputas permanentes e desmesuradas por visibilidade e credibilidade que incluem demonstrações das forças simbólicas e coercitivas visando à circulação de versões, de modo a estabelecer a dúvida; provocar indignação; mobilizar eleitores e justificar medidas, através de argumentos jurídicos, políticos, éticos e legais transformados em disputa de poder. Esse debate adquire mais sentido, quando situado no escopo de questões que reconfiguram o mundo e as relações sociais, políticas e econômicas a partir de paradigmas culturais, como preconiza Frederic Jameson na importante obra “Pós-Modernismo e a lógica cultural do capitalismo tardio”. O autor aborda teorias e características sobre o fim da Modernidade e as rupturas com a natureza e a ascensão de novos padrões para entender o espaço, a política e a economia. Jameson (1996, p.13) afirma que se trata de “um mundo mais completamente humano do que o anterior, mas um mundo no qual a ‘cultura’ se tornou uma verdadeira “segunda natureza”. Neste sentido, informação e comunicação se tornam matéria essencial para a vida, relações, instituições e política.

Analisar aspectos conjunturais na trajetória da ex-presidenta Dilma Vana Rousseff permite abordar perspectivas de ordem teórica e factuais, na medida em que a sua trajetória e práticas políticas a colocam em um intrigante paradoxo. Dilma foi protagonista e testemunha de três contextos determinantes à história do Brasil: durante o regime militar (1964-1985) como ativista e prisioneira, silenciada e tornada invisível pela tortura; na democracia restaurada, exerceu cargos de secretária de estado,

ministra e foi a primeira mulher eleita presidenta do Brasil, por duas vezes (2010-2014 e 2014-2016) e, como estadista, deposta por *impeachment*. Esta decisão demarcou um “golpe legal” tramado entre representantes dos poderes Legislativo, Judiciário, Executivo, mercado e imprensa, com apoio explícito de parte da sociedade. A trajetória e os acontecimentos em torno da presidenta Dilma tornaram-se emblemáticos ao desenvolvimento da hipótese.

A construção desse texto obedece a cinco eixos tecidos separadamente, mas interdependentes. O primeiro é de ordem política, quando serão alinhavadas questões teóricas sobre política, democracia contemporânea e democracia nacional. O segundo identifica processos de visibilidade e a comunicação pública imanente aos exercícios de disputa e manutenção poder, através da publicização exigida às democracias; da vigilância exercida pela imprensa, sociedade, adversários e mídias. O terceiro eixo se debruça sobre a trajetória da ex-presidenta Dilma Rousseff, a singularidade da sua vida política, a eleição, a governança até o *impeachment*. O quarto eixo é formulado sobre a comunicação pública e a imagem da presidenta Dilma. Por fim, a síntese, no quinto eixo, demonstra a formulação do paradoxo político-comunicacional, propriamente dito.

Brasil, política e democracia

O Brasil é um país paradoxal, pois segue à risca as democracias liberais contemporâneas, em suas combinações e sobreposições entre o interesse público e interesses privados, submetendo sua autonomia e sua cultura, de modo peculiar, ao modo capitalista, mas a sua própria democracia é frágil. A democracia brasileira é tão instável quanto a verdade para a política (Arendt, 1993) e o seu pleno exercício ocupa apenas 62 anos da história da república iniciada há 132 anos, em 1889, com a Proclamação da República. As rupturas republicanas com regimes ditatoriais já preenchem 29 anos da história brasileira com o Estado Novo (1937 a 1945) e o Regime Militar (1964 a 1985). Ao

final sobram seis décadas (até 2021) de exercício pleno da democracia, que indicam a sua vulnerabilidade.

O fortalecimento da democracia brasileira é desproporcional ao crescimento da economia e do mercado e é possível identificar a submissão dos governos democráticos aos ditames do capitalismo que criaram uma elite com grande poder de negociação com representantes políticos eleitos. Pode-se identificar, também, que não há uma relação entre a existência de governos democráticos e a solidificação de políticas públicas emancipatórias capazes de responder aos direitos humanos e sociais; de fortalecer o sistema educacional, a ciência e o sistema público de saúde; de investir na erradicação da miséria, da fome, e de proteger o meio ambiente, por exemplo. Esse cenário é mantido com poucas alterações e obediente a acordos entre os poderes políticos, poderes da república e poderes econômicos em torno do domínio sobre o Estado e a sociedade.

A falta de sedimentação da democracia brasileira e a desobediência a princípios republicanos acionam, de tempos em tempos, o desejo pelo autoritarismo. A grandiosidade da economia brasileira, a diversidade cultural e a geografia continental do país, ao contrário de fortificar a sua democracia, a fragilizam diante da cobiça do capital e do fortalecimento dos processos de dominação que exigem instituições educacionais frágeis e investimentos reduzidos para a autonomia da ciência e a emancipação da sociedade. No Brasil, talvez não precisemos identificar processos de “ódio à democracia” como estuda Rancière (2014) em relação à França e os Estados Unidos, mas, sim, substituir o vocábulo “ódio” por “corrosão” sistemática da democracia, seja no formato de golpes, atos autoritários ou desprezo pelo interesse público.

De tantas teorias a respeito da democracia elejo referências específicas sobre a qualidade da democracia associada à comunicação e à verdade (Habermas, 1994, 2003; Arendt, 1993; Dahl, 2009, Manin, 1995; Gomes e Maia, 2008). Os regimes democráticos são historicamente necessários, afirma Dahl (2009), pois apenas através deles é possível gerar “consequências desejáveis”

e emancipatórias para evitar a tirania; promover os direitos essenciais; assegurar liberdade individual e a liberdade geral; garantir autodeterminação dos povos; garantir autonomia e o exercício da responsabilidade moral; promover o desenvolvimento humano; proteger os interesses pessoais essenciais; garantir a igualdade política; investir na busca pela paz, e ampliar a prosperidade. Assim como as democracias dependem do acesso à informação e da participação, dependem da publicidade e, portanto, de comunicação. Nas negociações com as elites, no entanto, é possível identificar o “lado sombrio” do regime, afirma o autor.

Para a democracia de Dahl (2009, p.99) são necessárias as seguintes “instituições políticas”: funcionários eleitos; eleições livres, justas e frequentes; liberdade de expressão; fontes de informação diversificadas; autonomia para as associações; cidadania inclusiva.

A relevância da comunicação para a democracia está demarcada nas constituições vinculadas à liberdade de expressão, transformada em direito e dever político. Cabe associar à liberdade de expressão, a existência de “fontes de informação diversificadas e independentes” (Dahl, 2009, p.100) que incluem outras pessoas, mídias, imprensa e, incluímos, os dispositivos digitais. O autor ressalta que a liberdade de expressão é requisito para que os cidadãos participem da vida política, ou seja, para que possam adquirir “uma *compreensão esclarecida* de possíveis atos e políticas do governo”. Dahl (2009, p.101) ressalta que para a competência cívica, os cidadãos precisam de oportunidades para expressar seus pontos de vista, aprender uns com os outros, discutir e deliberar, ler, escutar e questionar especialistas, candidatos políticos e pessoas em cujas opiniões confiem – e aprender de outras maneiras que dependem da liberdade de expressão.

A relação entre comunicação, informação e democracia estabelece um parâmetro imprescindível à participação da sociedade e a manifestação da opinião pública para o fortalecimento do estado democrático e inicia na eleição. Neste

sentido, Dahl (2009, p.200) afirma que é possível identificar quatro tipos de dificuldades para a democracia contemporânea, especificamente, a força da ordem econômica; a internacionalização política e econômica; a diversidade cultural cada vez mais forte com singularidades e exigências próprias e as dificuldades para uma *educação cívica*. Esta última dificuldade designa a compreensão e a aprendizagem do cidadão sobre as políticas vigentes e, na perspectiva de Dahl (2009, p.204) isto somente será obtido com alfabetização, educação formal e acesso à informação:

A quantidade bruta de informação disponível sobre questões políticas em todos os níveis de complexidade aumentou imensamente. Não obstante, essa disponibilidade maior da informação talvez não leve a uma competência maior ou maior compreensão” e - a escala, a complexidade e a maior quantidade de informação impõem exigências sempre mais pesadas as capacidades dos cidadãos. Por essa razão, uma das necessidades imperativas dos países democráticos é melhorar a capacidade do cidadão de se envolver de modo inteligente na vida política. (Dahl, 2009, p. 205).

Outra perspectiva sobre democracia e comunicação está em Manin (1995) que oferece o debate e a opinião pública como importantes categorias de análise para os governos representativos e a crise de representatividade. Indicava à época a crise da democracia e o que estava em declínio eram “as relações de identificação entre representantes e representados e a determinação da política pública por parte do eleitorado” (Manin, 1995, p.3). Para o autor, a democracia é constituída a partir de “três tipos-ideais de governo representativo”, especificamente, o "parlamentar", a "democracia de partido" e a "democracia do público" que abrangem diferentes modalidades de representação política e “podem coexistir e se fundir umas às outras”. Os princípios do governo representativo são os seguintes: os representantes são eleitos pelos governados e conservam uma independência parcial diante das preferências dos eleitores; a

opinião pública sobre assuntos políticos pode se manifestar independentemente do controle do governo.

Assim como Dahl (2009), Manin (1995) valoriza a liberdade de expressão política, ou seja, a opinião pública sobre assuntos políticos pode se manifestar independentemente do controle do governo e aponta dois requisitos para a “liberdade de opinião pública”, visando a formação de opinião sobre assuntos políticos. O primeiro é o acesso dos cidadãos à informação política, através da publicização das decisões governamentais. O segredo impede a elaboração acurada sobre a matéria política. O segundo requisito é a liberdade para expressar opiniões políticas, mas Manin (1995, p.5) afirma que “a relação entre a liberdade de opinião e o caráter representativo do governo não é, porém, tão óbvia assim” e “não seria de estranhar que os governos. representativos tornassem sagrada a liberdade de opinião, devido a sua adesão ao princípio liberal segundo o qual uma parte da vida dos indivíduos deve ser resguardada das decisões coletivas” e, neste sentido, “a liberdade de opinião não tem uma relação direta com o caráter representativo do governo”.

Historicamente, a manifestação da opinião pública como a voz política da sociedade e da democracia permite que sejam aferidos e criticados os modos como governantes e eleitos pelo voto realizam a representação. A vontade popular, o desejo e reivindicações do povo são componentes importantes para a tomada de decisões, assim Manin (1995) ressalta a importância do debate público que deveria justificar as decisões políticas já que “o governo representativo foi originalmente concebido e justificado como um governo do debate”. Este, no entanto, ocorre na maior parte das vezes sem a participação da sociedade e por intermédio dos representantes eleitos no âmbito das assembleias e câmaras. O autor ressalta que a deliberação após debate também implica no encadeamento de procedimentos e práticas comunicativas. Para tanto, fóruns de discussão, manifestações da imprensa e da sociedade civil organizada são importantes e decisivos.

Pode-se entender a importância dos dispositivos digitais para que os governos exercitem procedimentos de convocação, participação e deliberação, através de debates sobre temas vitais fortalecendo a opinião pública. No entanto, é possível identificar o distanciamento da opinião pública na tomada de decisões pelos governos como afirma Manin (1995, p.20) que tanto na “democracia de partido” quanto na “democracia de público”, a liberdade da opinião pública é desenvolvida a partir de aspectos que ratificam a sua imanência ao desenvolvimento das democracias. Manin (1995, p.26) caracteriza “democracia do público” como um processo de “personalização da escolha eleitoral” e alerta que este modo fortalece a sobreposição da “personalidade dos candidatos” sobre o partido “sugerindo uma crise de representação política”. Mesmo tendo um papel essencial, os partidos podem tornar-se “instrumentos a serviço de um líder” na medida em que afeta “a natureza da relação de representação” e para isto Manin ressalta duas causas: canais de comunicação e mídias que permitem que os candidatos se comuniquem diretamente com seus eleitores “dispensando a mediação de uma rede de relações partidárias”. As mídias conferem “uma intensidade especial” à personalidade dos candidatos, afirma o autor referindo-se apenas ao rádio e à televisão, que “privilegiam determinadas qualidades pessoais: os candidatos vitoriosos não são os de maior prestígio local, mas os “comunicadores” e, assim, a “democracia do público” se torna o reinado do “comunicador” afirma Manin (1995, p.23), determinando as condições em que os eleitos exercerão o poder.

Talvez seja possível identificar uma espécie de hibridação na democracia brasileira entre os dois tipos de democracia. Ao mesmo tempo em que nas últimas décadas se tem uma disputa partidária pela tomada de poder, também a personalização de candidatos e governos vai sendo adaptada e torna-se mais dependente das estratégias de comunicação de agências e especialistas, assim como da opinião circulante na imprensa. A opinião pública reagirá, portanto, a partir dessas poderosas fontes

de informação: o estado, a imprensa, os grupos sociais e as mídias digitais. Cada vez mais, o cidadão é convidado a se confundir e a produzir sua própria informação e, provavelmente, reagirá menos à informação política. Como seria possível assegurar este nível de qualidade da informação e o acesso a ela, quando a comunicação e a publicização do governo respondem muito mais à propaganda do que à normatividade da comunicação pública voltada ao interesse público; quando as mídias digitais personalizam cada vez mais a política e fascinam seus operadores com instrumental capaz de alterar e deformar qualquer realidade e criar outras?

Em torno da liberdade de expressão própria às democracias e às possibilidades exaltadas pela tecnologia que permitiram definir a democracia digital como ideal, mas os dispositivos digitais acionaram seus avessos. A tecnologia digital permite a autonomia e o exercício desta liberdade, a partir do controle de dispositivos e a emissão ininterrupta de opiniões, mentiras, distorções sobre fatos e cidadãos, não necessariamente com responsabilidade ou respeito ético. As chamadas “*fakenews*” desafiam, no Brasil e no mundo, os poderes da República, pois se situam entre esta liberdade assegurada por lei e a libertinagem irresponsável, controlada por lei. As fontes alternativas e independentes de informação vão além das definições e práticas históricas que faziam a crítica a regimes políticos, mantidas por grupos e associações. Hoje, as mídias digitais respondem a Dahl (2009, p.110) quando pergunta: “como poderiam os cidadãos participar realmente da vida política se toda a informação que pudessem adquirir fosse proporcionada por uma única fonte”. Respondem que além de grupos de produção alternativa à comunicação das mídias convencionais e à comunicação de estado há uma produção de origem pessoal e autônoma.

Nessa configuração, a democracia enfrenta, também, a chamada era da “pós-verdade”, na verdade eufemismo para a mentira política institucionalizada, em *fakenews*, de livre trânsito nas mídias sociais que modificaram a sociabilidade contemporânea e atingiu a política e a democracia de modo estrutural. A questão

da disputa da verdade na política é estudada desde Aristóteles e exaltada por Hannah Arendt, mas é o domínio sobre sua formulação e difusão que desloca certezas. A política está fundada sobre a verdade e assim se apresenta, mas não é desta matéria que se alimenta. A democracia, fundada na liberdade e na representatividade, sobrevive entre pactos e disputas pela verdade quando políticos, instituições e governantes buscam a imagem pública que os tornem críveis. Para tanto precisam da verdade, mas a submetem à retórica facilitada pela passionalidade. Sobre a verdade, Arendt (2007, p.322) afirma que

O dizer a verdade dos fatos abrange muito mais que a informação diária suprida pelos jornalistas, posto que sem eles nunca poderíamos nos orientar em um mundo em contínua mudança e, no sentido mais literal possível, nunca saberíamos onde nos encontraríamos. É claro que isto é da mais imediata importância política; porém, se a imprensa tiver de se tornar algum dia realmente o “quarto poder”, ela precisará ser protegida do poder governamental e da pressão social com zelo ainda maior que o poder judiciário, pois a importantíssima função política de fornecer informação é exercida, em termos estritos, exteriormente ao domínio político; não envolve, ou não deveria envolver nenhuma ação ou decisão.

A verdade política questionada por Arendt (1997) ainda se impõe, na medida em que a autora alerta sobre o uso de mentiras e a ilusão como parte da retórica de políticos. O exercício da política não prescinde da interpretação de fatos a favor da formulação de argumentos e, neste sentido, fatos e opiniões se confundem com objetivos persuasivos. Arendt (2007, p.283) pergunta se “não será a verdade impotente tão desprezível quanto o poder que não dá atenção à verdade?” A democracia pressupõe que os políticos eleitos para cargos de representação cumpram com as promessas em nome de alguma verdade. As disputas e manutenção do poder transformam estas verdades em opiniões, sugestões, falácias e mentiras, e Arendt (2007, p.289) recupera o debate grego sobre

opinião e verdade para afirmar que “o contrário da verdade era a mera opinião, equacionada com a ilusão; e foi esse degradamento da opinião o que conferiu ao conflito sua pungência política; pois é a opinião e não a verdade, que pertence à classe dos pré-requisitos indispensáveis a todo o poder”.

Na contemporaneidade, a associação entre visibilidade e credibilidade (Weber, 2006) é tão inevitável quanto aceitar a intervenção e a difusão de opiniões individuais, insinuações imagéticas sem responsabilização, que configuram o cenário da informação política. Todos têm razão e todos podem duvidar, mesmo diante de argumentos jurídicos plausíveis, além do poder da comunicação massiva possível e do aparato tecno-institucional que sustenta os governos. Arendt (2007, p.311) afirma que “a mentira política moderna lida eficientemente com coisas que em absoluto constituem segredos, mas são conhecidas praticamente por todo o mundo” e (p.319) ressalta que “é óbvio que os fatos não estão seguros nas mãos do poder” que explicam, interpretam e difundem sua visão de realidade de acordo com o mapa ideológico; projeto político.

A extensa obra de Michel Foucault (1979, 2005) sobre poder, verdade e discurso nos alerta, também, para a associação entre o poder e a formulação de verdades que designam doenças, crimes e realidades e para tanto a governamentalidade é exercida a partir de verdades políticas, econômicas, sociais instauradas por discursos que servem à consolidação do poder. O poder sobre a verdade e dizê-la é da natureza da ciência, da justiça e da imprensa, por exemplo, mas não da política. No entanto, a autoridade sobre dizer a verdade é disputada também, pelo Estado e a religião em seus discursos de fé e ordem simbólica próprios das relações entre o “poder político e o poder religioso”, analisa Bourdieu (1992, p.69), ambos formados pelo afeto. A crença religiosa obedece ao intangível, metafísico e se consolida na repetição, sem comprovação, enquanto a crença política exige comprovação e é volúvel ao fascínio das novas promessas e imagens.

O Estado realiza investimentos em ações controladas estrategicamente para obtenção de visibilidade favorável, através a produção de publicidade, notícias, eventos e discursos gerados por sistemas e assessorias com expertise. Paralelamente, há outros níveis que dão visibilidade ao Estado e são incontroláveis numa democracia, além de exigir respostas geradas pela cobertura e fiscalização da imprensa, em entrevistas, notícias, humor, denúncias e outros. Também a sociedade, em suas redes, grupos e entidades expõe o estado, na medida de suas demandas, manifestações etc. Nestes processos de visibilização incidem interesses públicos e privados em pactos e disputas de poder ressaltando o poder político, econômico, jurídico, social e midiático. Dependentes da imperiosa necessidade de comunicação, os poderes se movem estrategicamente na ocupação de espaços de visibilidade em busca de credibilidade atribuída pela opinião pública, no voto, nas ruas, no debate público passível de ser aferida – em parte - por sondagens.

Nos regimes democráticos, a comunicação viabiliza a demonstração das práticas democráticas passíveis de discursão, discordâncias e defesas. Para tanto é preciso pensar na relação entre a esfera pública habermasiana e a “cena pública”, como afirma Wilson Gomes – no capítulo “Da discussão à visibilidade” (Gomes e Maia, 2008, p.162) - que “é a visibilidade que ancora a discutibilidade na democracia” contemporânea, na medida em que participam do debate as mídias e a argumentação pode ocorrer num espaço de visibilidade menor mas não menos importante. O autor argumenta sobre a importância dos meios de comunicação na esfera pública contemporânea considerando as relações entre o Estado, a sociedade e o papel das mídias nos debates em torno de temas de interesse público.

Enquanto a comunicação é essencial às democracias, nos regimes autoritários, a propaganda se sobrepõe à comunicação, eliminando tensões e privilegiando perspectivas privadas e ideológicas sobre o interesse nacional. Mas esta delimitação historicamente compreensível entre democracia e autoritarismo

tem sofrido mutações significativas. Os arranjos em torno da obtenção e manutenção do poder de governar, na contemporaneidade, têm se mostrado mais difusos e sofisticados, na medida em que o mundo vive uma radical e nova experiência social e política intermediada pelas mídias sociais. Plataformas e redes de governo permitem exercitar o desejo histórico da democracia sobre participação e transparência, mas paralelamente, essa tecnologia digital amplia a circulação de expertise que privilegia o privado, a mentira, a manipulação de informações, sob a aparência de verdade e atomiza qualquer realidade. O controle legal é impotente diante da força das relações sociais e da comunicação facilitada por fragmentos.

A credibilidade está a princípio vinculada à verdade assim entendida a partir da autoridade e do reconhecimento de quem a pronuncia. A mesma informação receberá diferentes leituras de acordo com a expectativa de diferentes grupos receptores e, neste sentido, será passível de defesa ou rechaço em alguns grupos e não em outros. Milhares de informações circulam ininterruptamente e imprimem visibilidade aos governos e, ao mesmo tempo, subsidiam opiniões, críticas e mentiras. As tecnologias digitais acrescentaram mais um componente à circulação de informações que é a produção individualizada e autônoma de reforço da opinião de grupos, ideologia, valores, preconceitos, bandeiras sem que seja necessário responder à ética, fontes, verdade, ou se responsabilizar. A questão não é a desinformação e sim, o excesso de informação de caráter errôneo, malicioso, deturpador e estrategicamente produzido para desqualificar alvos que se tornou o grande desafio das democracias: como controlar? Como coibir? O que é verdadeiro, ou falso?

As perspectivas idealistas da democracia entendidas por Dahl (2009) e Manin (1995) remetem à parte política do paradoxo político-comunicacional, na medida em que o maior envolvimento com a política reside no acesso e quantidade de informação do cidadão. Atualmente, a tecnologia digital amplia esse espectro de participação e, ao mesmo tempo, fortalece a manifestação

individualizada de cada cidadão e a possibilidade de montar seus discursos e apoios para além da ideologia, de modo passional, preconceituoso e aviltando princípios da democracia.

Comunicação pública e visibilidade

As democracias são tecidas pela comunicação desenvolvida por sujeitos e instituições em dimensões e formatos tão autônomos quanto dependentes, mas que podem ser analisados sob os conceitos de público (o interesse público), privado (interesses privados e particulares) e a representação que sustentam boa parte da produção científica sobre as teorias democráticas. Nessa perspectiva, importa especificar estas características porquanto dispositivos, discursos e produtos comunicacionais transitam entre o público e o privado e os confundem em relação ao poder, embaciando a percepção dos cidadãos.

Muitos dos governos, no recente século XXI, têm apresentado uma perversa hibridação entre regimes democráticos e procedimentos autoritários, marcados pelo conservadorismo moral, associações religiosas, retrocesso em relação aos direitos humanos e a permanência da retórica populista de campanha. Novos formatos e dispositivos digitais de comunicação contribuem decisivamente para a qualidade da democracia, mas também para a proliferação de mentiras e a distorção de informações em rede com a supremacia do interesse privado. A transparência e a acessibilidade promovem a democracia e, ao mesmo tempo, ampliam a zona de segredos e ocultamentos.

A comunicação do estado democrático obedece ao interesse público, aos princípios normativos da Comunicação Pública (Esteves, 2011; Weber, Coelho, Locatelli, 2017) operacionalizada em mídias e sistemas públicos, tecnologia, burocracia e profissionais produtores de informações, propaganda, relações e discursos que obedecem a políticas e estratégias destinadas a objetivos relacionados ao interesse público. Neste sentido, a normatividade da comunicação pública deve orientar a produção

de comunicação do Estado e os investimentos em sistemas públicos de comunicação, através de políticas de comunicação que promovam o debate público sobre temas vitais à emancipação da sociedade.

A comunicação pública é imanente às democracias e um dos seus principais indicadores de sua qualidade. É o referencial teórico-normativo que permite identificar a obediência ao interesse público manifesta em políticas de comunicação e na publicidade de governos e instituições públicas; no exercício jornalístico da imprensa e no debate público desencadeado por temas vitais e acontecimentos públicos capazes de tensionar e provocar decisões dos poderes da república, através de manifestações de rua, greves com novos repertórios e mídias. Também o mercado contribui para o debate público, conforme sua conveniência estratégica de expor seus compromissos sociais. Na comunicação pública reside a promoção do debate sobre temas de interesse público e acontecimentos públicos. As universidades e instituições de saúde pública, por exemplo, possuem um papel fundamental na abordagem e difusão de temas vitais à emancipação da sociedade, como bem demonstraram os milhares de debates durante a Pandemia da Covid-19, em 2020/2021. Também vinculada, normativamente, ao interesse público, a instituição imprensa abriga a produção jornalística, a difusão de notícias voltada à vigilância dos poderes e à mediação da realidade. Intervém, através de enquadramentos editoriais e interpretativos na compreensão da realidade e, como tal, contribuem na formação de opinião e valoração desses temas.

Nos regimes autoritários, portanto, o conceito principal é a propaganda que dá visibilidade aos processos persuasivos e coercitivos dirigidos à manipulação de fatos e verdades de acordo com a ideologia dominante. Mesmo que denominada de comunicação será o silêncio a substituir a voz exuberante das democracias. Em todos os regimes políticos são imperiosas as demonstrações de poder e força, mas nas democracias, estas serão vinculadas ao debate público, à participação social, liberdade de

expressão e transparência plenamente exercidas e defensáveis. Enquanto nas democracias, a comunicação é constituída pela voz dos governantes, dos representantes eleitos e da sociedade; nos autoritarismos, a voz é apenas aquela que governa e controla.

Comunicação do Estado e da sociedade

A visibilidade de governos e governantes é determinante para a compreensão sobre o modo de governar e o modo de ocupar cargos da representação atribuída por eleições democráticas. Esta visibilidade é multifacetada na medida em que é exercida pela circulação de informações, através de diferentes instâncias e dispositivos, especialmente: os sistemas de comunicação do estado; os meios de radiodifusão; a imprensa; mídias e redes sociais; mercado; grupos políticos e religiosos; grupos sociais e a sociedade organizada. A força da visibilidade obtida por atores e instituições da política incide na formação de opinião, favorável ou desfavorável, ambígua ou distorcida e, conseqüentemente, contribui para a imagem pública e a credibilidade.

São diferentes ordens de visibilidade e de comunicação, tão autônomas nas suas práticas, quanto interdependentes nas conseqüências, na medida em que a matéria que as constitui é feita de narrativas, versões adequadas aos interesses em jogo e à natureza das instâncias e dispositivos. Neste sentido, as fronteiras destas ordens são borradas e refeitas a partir de interesses públicos e privados, com diferentes lógicas e estratégias, que também são as desordens de visibilidade e comunicação quando mantidas por exposição e segredos; por verdades, falácias e mentiras; por opiniões, críticas e desarranjos institucionais. Significa dizer que o eixo principal da democracia sustentado pelo interesse público é tensionado por interesses privados que demarcam crises políticas, econômicas e éticas, como aquela que sustentou o golpe transformado em processo de *impeachment*, no Brasil.

A disputa e o exercício de poder político impõem a instituições, políticos e governantes investimentos contínuos em

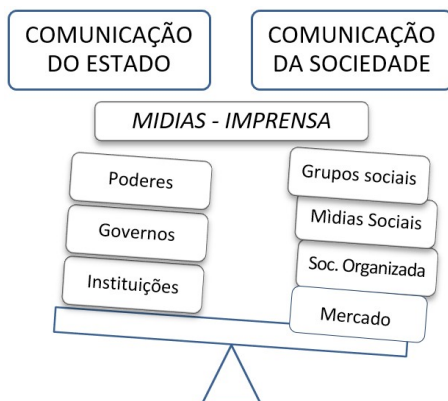
sistemas de comunicação, assim como a administração estratégica do encadeamento entre a publicidade inerente ao cargo; a obediência à comunicação pública na difusão de produtos comunicacionais e na promoção do debate, e o plano de ocupação de espaços de visibilidade em busca de apoio, credibilidade e votos. Nesses espaços de visibilidade, residem outras autoridades cujos interesses (pessoais, editoriais, políticos e econômicos) definirão as modalidades de aparição de políticos e governantes, do apagamento à celebração. Numa democracia, portanto, cada informação política será submetida à apropriação e às mediações de grupos sociais, entidades de representação, mídias convencionais, mídias e redes sociais e cidadãos que decidem sobre o enquadramento e o foco de interesse. Deste complexo processo resulta a imagem pública.

Os investimentos em visibilidade (transparência, publicização) são inerentes ao poder republicano e exigem, cada vez mais, estruturas, tecnologia, especialistas e produtos capazes de estabelecer relações e circuitos de comunicação. Na perspectiva habermasiana, circuitos de comunicação pública, formados pela promoção de debates públicos sobre temas vitais ao país e à sociedade, assim como promoção de ações de caráter emancipatório, em relação aos direitos humanos e sociais. No entanto, esta visibilidade pode adaptar, distorcer ou relativizar realidades e verdades de modo a beneficiar um projeto político-ideológico e, assim, mesmo num regime democrático, interesses privados, decisões autoritárias podem se sobrepôr ao interesse público. A verdade e o interesse público podem ser relativizados e escamoteados, mesmo numa democracia, devido a pactos, barganhas e até corrupção, adaptando a visibilidade necessária às democracias a projetos privados.

A correlação de forças em torno da visibilidade administrada pelo Estado (visibilidade institucional) que mesmo com vultosos investimentos não tem condições de se sobrepôr à ordem de visibilidade outorgada por grupos sociais e cidadãos, mídias e redes sociais e a sociedade organizada que outorgam

visibilidade aos discursos e atos do Estado, com liberdade, autonomia delimitadas apenas pela censura ou por interesses políticos e econômicos. Esta correlação de forças é mediada, na maioria das vezes pela imprensa que efetua outros enquadramentos à visibilidade produzida pelo Estado e aquela provocada por instâncias sociais. A outorga de (in) visibilidade da imprensa penderá para o lado que melhor convier à sua linha editorial ou interesses políticos e seu poder reside na sua legitimidade institucional. A figura 1 pretende demonstrar este (des)equilíbrio.

Figura 1 – Visibilidade institucional e visibilidade outorgada



Fonte: a autora

O peso da informação do Estado será menor porquanto sempre submetido a mediações e à desconfiança inerentes ao exercício do poder, bem como à vigilância legítima da imprensa, outros poderes e sociedade.

A visibilidade institucional

A comunicação do estado democrático é efetivada entre tensões, disputas e ajustes sobre conflitos onde os protagonistas do poder e cidadãos. O sistema de comunicação do Estado é formado por centenas de profissionais que produzem ininterruptamente

informações e imagens exemplares a suas ações que, estrategicamente pretendem valorizar as ações, atividades, respostas à sociedade e promover a ideologia político-partidária e projetos político-pessoais que, em tese, devem responder aos princípios normativos da comunicação pública. A eficácia desta comunicação reside na aferição e no cotejamento do complexo processo de recepção dos cidadãos, também submetidos às informações oriundas da imprensa, mídias, religião, mercado e seus grupos sociais.

A visibilidade insistente obtida por determinados atores, temas e instituições da política pode ser, em alguma medida, equivalente a índices de credibilidade, tendo em vista a permanente disputa sobre a verdade. Significa dizer que o excesso de a visibilidade pode impedir o questionamento sobre o que está sendo *dado a ver* (Landowski, 1992) e, assim, o que é visto pode ser assimilado como verdade e sem discernimento. Neste sentido, o Estado democrático precisa de políticas e estratégias de comunicação pública, que permitam publicizar ações, traduzir a realidade, viabilizar a participação da sociedade e promover debates públicos sobre temas vitais.

A grande mudança na comunicação das democracias contemporâneas tem ocorrido através das mídias e plataformas digitais que tornaram mais complexa a régua de análise dos pesquisadores. De um lado, a expansão da publicidade do estado, a ampliação da participação, visibilidade e da transparência das instituições, capaz de responder totalmente ao *ethos* democrático, pela primeira vez na história, introduzindo um novo paradigma que é a democracia digital. Por outro lado, os mesmos dispositivos são administrados por indivíduos e ativam o modo passional e privado ao veicularem mensagens tão edificantes quanto destrutivas; tão democráticas quanto autoritárias para manifestações, reivindicações, demandas, exigências. Essa configuração altera a relação entre o poder de comunicação, a visibilidade e a credibilidade possível sobre acontecimentos, temas de interesse público, cidadãos e instituições. A redução do debate

público está diretamente relacionada às decisões sobre a limitação das organizações sindicais, na última década, por exemplo, mas, também à autonomia da comunicação pessoal.

Paralelamente à comunicação desenvolvida pelo governo, outras organizações públicas e atores políticos investem num *continuum* de disputas de poder, em busca por votos, apoios e aprovação junto à opinião pública, em busca de uma imagem pública favorável. Por um lado, a retórica em defesa do interesse público e de bens públicos e por outro a defesa de interesses privados relacionados à corrupção, religião, ideologias e outros. Os acordos e barganhas em troca de voto legislativo ou parecer jurídico apontam contra a função pública e demonstram a incoerência de ordem político-ideológica.

E, entre a comunicação de estado e a política, reside a comunicação eleitoral, que marca o percurso dos governos já que o voto está logo à frente, a quatro anos de distância. As eleições formatam o acontecimento mais importante das democracias e acionam mecanismos e processos persuasivos, obedecendo a uma “política provisória” (Weber, Luz, Bittencourt, 2018), que caracteriza a equação na qual “o discurso da política se submete a procedimentos e concessões técnico-conceituais do campo da comunicação, com o objetivo de persuadir o eleitor, em três sínteses. A síntese política reduz e simplifica o projeto político-ideológico; a síntese afetiva enquadra e personaliza o partido no candidato para apontar inimigos e não para enfrentar adversários. A síntese comunicativa mostra a *política provisória* e o candidato enquadrados na estética da propaganda e formatos midiáticos que traduzem a competência para governar e representar. A ingerência das mídias digitais e mídias e redes sociais ampliaram significativamente a personalização da campanha e a relativização de verdades e promessas usuais sobre o futuro e uma vida.

Voltada ao interesse público, a comunicação pública de estado e a comunicação governamental serão tensionadas pela perspectiva estratégica, na medida em que a publicidade exigida legalmente dependerá do funcionamento de um sistema. Este sistema

estruturado na burocracia, com tecnologia, profissionais e recursos financeiros que produzirão produtos informativos (jornalismo institucional) e publicitários (campanhas e peças de marketing), além de eventos, protocolos e o discurso dos governantes. Mesmo norteados por uma política voltada à comunicação pública, a publicidade dos governos democráticos e a busca por visibilidade servirá, também, aos projetos político-ideológicos e partidários dos ocupantes do poder. Assim, paralelamente à vigilância e crítica exercidas sobre os poderes, estes produzem suas próprias informações, administram estrategicamente sua visibilidade e as relações com os poderes, investindo em sistemas, tecnologia e especialistas, legalmente mantidos com verbas estatais. Interferem nesta disputa de sentidos sobre sujeitos e instituições, a ocorrência de acontecimentos públicos que exigem respostas do Estado; os escândalos que mostram as entranhas do Estado; a imprensa e seu poder de conferir visibilidade e transcrever a realidade; e as ações de apoio ou adversárias construídas pelas mídias e redes sociais.

A visibilidade outorgada

Hibridações entre interesses públicos e privados caracterizam as organizações midiáticas, de entretenimento e a imprensa, embora esta, do ponto de vista normativo executa seu jornalismo em obediência ao interesse público e mantém o mito da objetividade associada à reprodução fidedigna da realidade, com a ética e a verdade. O espaço de visibilidade e a natureza do jornalismo associado ao mito da verdade permitem configurar a imprensa com grande poder para (des) equilibrar o discurso do estado, da política. A circulação de notícias e informações é ininterrupta e ubíqua seja através de mídias convencionais, ou plataformas e mídias e redes sociais, operadas em diferentes suportes, circuitos e dispositivos por instituições e cidadãos-operadores. Além do jornalismo exercido em todas as plataformas sob a regência de critérios ético-editoriais próprios da sua natureza,

são desenvolvidos incomensuráveis debates sobre temas de interesse público.

O poder das organizações midiáticas está, especialmente, no fato de ser o *locus* privilegiado de visibilidade e de produção cultural numa semiose de informações amparada por convergências tecnológicas que introduzem o conceito de midiatização para o desenho do mapa da contemporaneidade. A midiatização é entendida não apenas como as novas formas de interação entre mídias e sociedade, mas especialmente porque as mídias se tornaram “parte integral do funcionamento de outras instituições”, mas também alcançaram “um grau de autodeterminação e autoridade que obriga essas instituições, em maior ou menor grau, a submeterem-se a sua lógica, reflete Hjarvard (2012, p.54). Esta lógica permeia a vida e as práticas da sociedade e das instituições políticas, como uma teia cultural de enredamentos inevitáveis, especialmente se o objetivo é obter uma imagem pública favorável.

A circulação ininterrupta de produtos simbólicos e culturais (cinema, vídeos, arte, humor, imagens) e a propaganda são responsáveis por semioses sobre as representações do mundo e a objetificação do humano. A sugerida hibridação entre temas públicos e privados fortalece os consumidores no lugar de cidadãos, assim como, a comunicação mercadológica mantém ativos, o desejo pelo produto e o consumo, enquanto a comunicação das religiões, em nome da fé, promove a interpretação restrita da realidade.

A compreensão sobre a realidade depende do acesso a informações das mídias e dos grupos sociais. A conformação e enquadramentos da realidade delimitam outro tipo de poder das mídias, configurado no exercício das “estratégias híbridas da comunicação”²⁰⁸ (Weber, 1999), as estratégias midiáticas

208 Weber (1999) defendeu a hipótese de que o poder das mídias reside, especialmente, na combinação entre os conceitos calvinos e seus opostos e os intitulou “estratégias híbridas de comunicação”, tendo por base a obra “Seis propostas para o próximo milênio” de Italo Calvino (1990) definidas como visibilidade, leveza, rapidez, exatidão, multiplicidade e consistência, próprias da literatura.

identificadas desde a racionalidade da produção jornalística até a passionalidade das mídias e redes sociais. São elas: a publicidade midiática (visibilidade/opacidade); a densidade midiática (leveza/peso); a velocidade midiática (rapidez/lentidão); igualdade midiática (multiplicidade/unicidade); totalidade (consistência/fragilidade); organicidade midiática (exatidão/desordem), e a moralidade midiática (ética/cinismo). Combinadas, ou isoladamente, estas estratégias têm o poder de interferir na visibilidade e na credibilidade da realidade, de atores e instituições.

A *publicidade midiática* desejada por aqueles em locais de poder e os temas de interesse público têm espaço determinado por níveis de visibilidade, opacidade e apagamento justificados por critérios próprios do jornalismo, das empresas de comunicação e das mídias e redes sociais. Repleto de controvérsias e critérios políticos, mercadológicos e editoriais, no espaço midiático fatos, pessoas e instituições são passíveis de enquadramento independentemente da obediência à verdade e à realidade. As mídias e redes sociais, por sua vez, são movidas também por critérios pessoais que produzem, distorcem, ratificam e veiculam informações, com poucas possibilidades de rastreamento e responsabilização. A *densidade midiática* (leveza/peso) é a estratégia identificada em processos de alternância e sobreposição de conteúdos jornalísticos (reais), de entretenimento (fantasia) e propaganda, capazes de criar espaços estéticos que sobrepõem conteúdos leves a tragédias e informações à realidade pesada. A estratégia *velocidade midiática* é a capacidade das mídias imprimirem rapidez e lentidão, retardamento e/ou a manutenção de temas e acontecimentos de acordo com seus interesses. Não é a qualidade do debate público que o manterá em pauta, mas o agendamento das mídias. A estratégia *igualdade midiática* é regida pela ordem estética que tenta apresentar como equivalentes a igualdade e as diferenças sociais e estéticas, especialmente no entretenimento e na propaganda. Privilegia aspectos e, em geral, sugere a inexistência da multiplicidade de culturas, gênero, etnias,

raça, sugerindo a unicidade, a igualdade. A *totalidade midiática* sugere que tudo que se vê é a totalidade de temas, culturas, países e eventos e que todos possuem o mesmo grau de importância e prioridade para a mídia, sendo que a consistência de determinadas informações ocorre pela fragilidade de outras. A *organicidade midiática* sugere um mundo organizado pelas mídias onde a exatidão e a desordem podem estar no modo de descrever determinadas situações culturais, políticas e econômicas a partir de padrões do jornalismo, do entretenimento, da propaganda e outros. Calvino (1990) não refletiu sobre uma estratégia, dita moralidade, pois não caberia na referência à literatura, como as demais. Cabe, no entanto, na análise do poder da comunicação midiática, para a qual a *moralidade midiática* dilui as fronteiras entre a ética e o cinismo; entre legal e ilegal e assim difunde um modo singular de classificar discursos, acontecimentos e o comportamento político, de modo maniqueísta.

Estas hibridações remetem à formulação do paradoxo centrado na visibilidade outorgada que aponta para o poder da comunicação jornalística, mídias e mídias e redes sociais, tanto para os poderes constituídos quanto para a sociedade, dependentes de espaços de visibilidade e de informações. A ubiquidade possibilitada pelas mídias digitais amplia este poder e introduz as variáveis personalizadas de acesso e construção de conteúdos, sem desequilibrar as grandes organizações midiáticas. O resultado destas estratégias incide na formação da imagem pública de instituições, governantes e políticos. Nesse sentido, há um movimento contínuo para a adaptação a essas estratégias e, ao mesmo tempo criticá-las caso não sejam favoráveis a objetivos políticos.

A emergência das mídias e redes sociais trouxe também otimismo e, por algum tempo, foram pensadas como constitutivas do debate público, de uma nova esfera pública. No entanto, o fascínio pela autonomia técnica e a desnecessária responsabilidade sobre o uso da linguagem e versões ampliaram o espectro de produção e veiculação de informações sob os mais diferentes objetivos, incluindo a deturpação de discursos; difusão de *fakenews*;

bricolagens degradantes. Trata-se de um terrorismo linguístico-visual que abala governos e instituições, faz e desfaz celebridades e provoca tanto a ética quanto a legislação das nações, em proporções desmesuradas. As redes e mídias digitais mantêm a convivência entre mensagens tão românticas quanto perversas. Os mapas de conectividade entre as redes, a internet e o capitalismo talvez demonstrem uma dimensão da tecnologia que ultrapassa a possibilidade de controlar ou interromper este fluxo. Em jogo a autonomia e o poder de produzir e difundir a informação combinados à impossibilidade política de controlar ou interromper o processo.

Mesmo que a vigilância dos poderes seja exercida pelo jornalismo, a comunicação midiaticizada é sempre paradoxal porquanto tenta equilibrar objetivos editoriais e mercadológicos exercitando seu papel na cultura contemporânea, pela estética e linguagens exercitadas com centralidade no modo de viver e para a sociabilidade contemporânea. A resposta da sociedade e sua respectiva intervenção para ser vista pelos olhos do Estado reside nas manifestações, exposições de rua, greves, ocupações, dramatizações políticas e nas redes com diferentes repertórios (Parker, 2018) em torno de posicionamentos sobre o racismo, feminicídio, preconceito de gênero, violência, provocações e defesa de ideologias, líderes e temas. A rua rechaça, apoia e serve de argumento à voz dos poderes. A não ser que sejam amordaçados, num regime autoritário, os cidadãos vão para a rua. O desencadeamento de manifestações responde cada vez mais ao chamado de grupos sociais interconectados do que à disciplina e à ordem de entidades de classe, por exemplo. O compromisso de reivindicar, sair às ruas, ou ocupar um espaço institucional é estabelecido no modo afetivo-político. Manifestações são a forma de conexão com a política e a governança e não há sequer um dia da humanidade em que não haja algum tipo de discurso que caiba na rua.

A disputa por versões sobre o comportamento político e a governança sustenta o estado republicano. A produção e a

circulação livre de informações em diferentes dispositivos e mídias exigem comunicação mais planejada e dirigida pelos órgãos estatais com capacidade de responder à sociedade e promover debates, assim como exige da imprensa atenção ao contraditório ampliado pelas mídias e redes sociais. Os meios de comunicação massivos, a imprensa, as mídias e redes sociais, a liberdade de manifestações de opinião, assim como a autonomia e a liberdade de pensamento da educação e ciência possibilitam a circulação de contraditórios ao discurso de governo, da diferença que haja o debate público. A liberdade de expressão demarca a democracia e as mídias digitais ampliaram esta autonomia e liberdade individual na postagem, mas ao mesmo tempo, relativizaram a verdade com a inserção e a difusão irresponsável de mentiras, deturpação de fatos, montagem de imagens, informações falsas, denominadas de *fake news*, que acirram a produção de ódios e a semeadura de dúvidas, especialmente pela extrema direita.

A história recente do Brasil expõe a história da ex-presidenta Dilma tensionada por novas configurações, pactos e disputas de poder próprios da democracia contemporânea e da comunicação política.

Democracia, Dilma e poder

A política é tramada em acontecimento e como afirma Deleuze (2011, p.187) “são os acontecimentos que tornam a linguagem possível” e os acontecimentos são a matéria principal das práticas políticas. Nos regimes democráticos, constituem a categoria de acontecimentos públicos (Weber, Coelho, Locatelli, 2017), que permitem aferir o grau de responsabilidade e a ética de um governo; a eficácia de políticas públicas e de respostas aos problemas. A ex-presidenta Dilma Rousseff é uma das protagonistas principais da história política brasileira, nas categorias de testemunha, vítima e mandatária cercada por importantes acontecimentos, da ditadura e da democracia. Com

Dilma, se faz a continuidade do que Sader (2014) denominou de “governos pós-neoliberais no Brasil” que somaram 14 anos de poder, fato inédito na história política brasileira.

O primeiro acontecimento se torna possível apenas em regimes autoritários, e a situa como ativista atuante na resistência e vítima torturada pelo regime militar. O segundo é próprio das democracias e a coloca no cargo mais importante da república brasileira, tendo sido eleita por dois mandatos. Dilma exerce o poder que lhe foi atribuído, mas retorna à condição de vítima, ao ser destituída por *impeachment* da função presidencial. Em torno desta trama histórica reside um dos aspectos importantes da reflexão sobre o paradoxo político-comunicacional, pois trata das tramas de visibilidade inerentes ao poder exercido, capaz de gerar opiniões e distorcê-las. A desejada credibilidade sobre as ações governamentais e de representação política é fundamental à governabilidade e amplia a legitimidade tendo em vista a disputa por poder de acordo com informações e interesses, tanto públicos quanto privados.

Dilma Rousseff viveu e testemunhou a história do país, paradoxalmente como vítima e como mandatária. Sua perversa experiência como vítima torturada pelo regime militar a colocou simultaneamente como testemunha na Comissão da Verdade sobre crimes das ditaduras que instalara na função presidencial, em 2011. Dilma ocupou lugares importantes, de secretarias de Estado com o PDT aos ministérios do PT (2002-2010) e se elegeu presidenta do Brasil por dois mandatos (2010-2016) até ser destituída por *impeachment*. Modificou a história política brasileira, sendo a primeira mulher a presidir o país e a sua retirada do poder demarcaria o início de um golpe político-institucional cercado por ações arbitrárias, prisão do presidente Luiz Inácio Lula da Silva²⁰⁹, na Operação Lava Jato e concretizado nas polarizadas eleições de

209 Em 23/06/2021, o Supremo Tribunal Federal concluiu o julgamento do ex presidente Lula que restabeleceu sua inocência das acusações da Operação Lava Jato, considerando que o ex-juiz Sergio Moro não tinha competência para processar e prender Lula por 580 dias, agindo de forma parcial e com motivações políticas no julgamento de 15 decisões judiciais.

2018, quando o projeto petista foi derrotado, na candidatura tardia de Fernando Haddad e a vitória do candidato da direita, Jair Bolsonaro (PSL), com mandato presidencial de 2019-2022.

Nas democracias, o capital político de um governante é a síntese da sua história e da sua reputação devidamente documentada associada a indicadores da sua imagem pública construída por eleitores, mídias, imprensa, grupos familiares, religiosos, culturais e mídias sociais. Da militância por um mundo melhor à busca de poder de representação e governança, o sujeito político atravessa conjunturas e vai construindo seu capital político, sempre em julgamento. Numa democracia, este capital tem de ser ampliado e, por isto, democracia, comunicação e opinião pública são conceitos indissociáveis. A história²¹⁰ da ex-presidenta Dilma a coloca na política brasileira como parte de suas oscilações entre autoritarismo e democracia. Foi eleita sobre o bordão desqualificador que era apenas uma mulher competente, “técnica e protegida” do ex-presidente Lula que terminara seu mandato com 87% de aprovação nacional²¹¹. No entanto, foi julgada e condenada como mulher incompetente e desonesta.

Aos poucos, a presidenta Dilma saiu de índices de aprovação positiva à sua imagem pública, com projeção nacional e internacional, para a rejeição e distorções adequadas aos jogos privados montados em organizações econômicas e midiáticas, instituições políticas e outras adversárias à sua política e ao seu partido. A presidenta Dilma disputava a credibilidade sobre seu discurso e promessas, com estratégias e estruturas de comunicação menos sofisticadas do que as de seu antecessor. Tornou-se alvo privilegiado de ataques orquestrados em editoriais da chamada imprensa de referência e de discursos adversários nos poderes legislativos, jurídicos, empresariais e pela opinião pública.

210 <http://www.fgv.br/cpd/doc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/dilma-vana-rousseff>. Acessado em 27/11/2020; <http://memoriasdaditadura.org.br/biografias-da-resistencia/dilma-rousseff/> acessado em 27/11/2020.

211 <http://g1.globo.com/politica/noticia/2010/12/popularidade-de-lula-bate-recorde-e-chega-87-diz-ibope.html> Acessado em 18 de maio de 2021.

O percurso

Na medida do possível e da combinação de informações, pode-se contar a trajetória de Dilma a partir de três ângulos (político, acadêmico e pessoal) que importam à análise da sua vida pública numa linha do tempo que abrange seu percurso político até a presidência, seu modo de governar e, por fim, o *impeachment*. A vida privada de Dilma Rousseff sempre foi atravessada pela política, assim como sua vida acadêmica. Nasceu em 1947, em Belo Horizonte, casou três vezes e tem uma filha nascida em 1976 e um neto nascido em 2011. A filha Paula Rousseff a acompanhou na sua posse como presidenta do Brasil, como a segunda pessoa mais importante, desequilibrando o rito do homem presidente e uma primeira-dama. Dilma ingressou e saiu da presidência da república, como uma mulher sozinha.

A política entrou cedo na vida de Dilma e aos 17 anos já lutava contra o regime militar (1964-1985) tendo integrado os movimentos Polop - Política Operária; Colina - Comando de Libertação Nacional e a VAR-Palmares (Vanguarda Armada Revolucionária Palmares). Em 1967 iniciou o Curso de Ciências Econômicas, na UFMG, mas com a implantação do Ato Institucional nº 5 (1968) foi enquadrada no decreto-lei 477 e expulsa da universidade. Em 1970, Dilma foi presa e torturada na Operação Bandeirantes (Oban) e no DOPS, sendo condenada a seis anos de prisão. Posteriormente o Tribunal Militar reduziu sua pena, mas cassou seus direitos políticos por 18 anos. Em 1973, final do período mais repressor da ditadura militar, Dilma já vivia em Porto Alegre e ingressou no curso de Economia da UFRGS. Em 1978, ingressa na pós-graduação em Ciências Econômicas, na Unicamp (Campinas/SP), onde conclui seus créditos, mas não realiza a defesa da dissertação. Repetiria esta situação em quando retorna para realizar doutorado e não realiza a defesa de tese. Sua trajetória acadêmica a coloca como servidora da FEE (Fundação de Economia e Estatística), órgão do governo gaúcho, mas em 1977, foi exonerada por integrar uma relação de 97 subversivos

“infiltrados no serviço público” identificados no “Relatório Frota” (Min. do Exército, Sílvio Frota).

Na década de 1980, Dilma inicia sua trajetória política junto ao Instituto de Estudos Políticos e Sociais (IEPES), ligado ao MDB, o único partido de oposição na época, participando da campanha para eleição de vereadores. Participa da fundação do PDT, e de 1980 a 1985 assessora a bancada na Assembleia Legislativa do RS.

De 1986 a 1988, antes da primeira eleição direta, Dilma inaugura a entrada de mulheres em cargos executivos, ocupando o cargo como Secretária da Fazenda da Prefeitura de Porto Alegre, no governo Alceu Collares, até a vitória do PT, com Olívio Dutra e Tarso Genro que iniciam o primeiro de quatro mandatos do partido.

Em 1989, Dilma assume a função de diretora-geral da Câmara Municipal de Porto Alegre e, neste mesmo ano, participa da campanha de Leonel Brizola a presidente (PDT). No segundo turno ingressa na campanha de Lula (PT).

Dois anos depois, com a eleição de Alceu Collares (PDT) ao governo do Estado do RS, Dilma é anistiada e assume a presidência da FEE até 1993, ocupa o cargo de Secretária de Minas, Energia e Comunicações. Entre 1999 e 2002 assume novamente essa função no governo de Olívio Dutra (PT). Em 2001, Dilma se filia ao PT e com a vitória de Lula (2003), torna-se a primeira ministra de Minas e Energia e depois a primeira Ministra Chefe da Casa Civil.

Em 2010, Dilma Rousseff, aos 63 anos de idade, chegou ao ápice da carreira política, no Brasil, vencendo as eleições à presidência da República, em chapa com Michel Temer (PMDB), na tradicional disputa entre PT e PSDB, com 55,7 milhões de votos válidos (56%) contra José Serra, que obteve 43,7 milhões (44%). Pela primeira vez enfrentou uma disputa eleitoral e, assim, ratificou sua trajetória inaugural de romper padrões e foi a primeira mulher a presidir a República Federativa do Brasil, assim como fizera em cargos municipais, estaduais e federais.

Seu percurso reforça sua força política e demonstra os diferentes processos de consolidação de uma democracia e a construção de seu capital político. Essa vitória foi o resultado da campanha eleitoral sustentada por uma coligação de dez partidos sob o slogan *Para o Brasil seguir mudando*, que expressava a continuidade do governo de Luiz Inácio Lula da Silva, que terminara o governo com alto índice de aprovação e deixara uma consolidada burocracia estatal formada por oito anos pelo modo petista de governar.

As eleições de 2010 ocorreram em meio ao fortalecimento de dispositivos digitais e mídias sociais que alteraram historicamente o funcionamento das eleições brasileiras devido à capacidade e a amplitude de propagação incontrolável de conteúdos, favorecendo formação de grupos, debates e desequilibrando a hegemonia da mídia de comunicação de massa e a imprensa.

Na figura 2, um registro emblemático da vinculação político-afetiva entre Lula e Dilma.

Figura 2 – Ex-presidente Lula e a presidenta Dilma



Fonte: Ricardo Stuckert

A presença de uma mulher com trajetória de militante de esquerda, torturada, divorciada e mãe, desequilibrou, simbolicamente, o debate formal e masculino dos processos eleitorais e exercícios de poder, vigentes até então.

Nesta direção, a inserção da questão do aborto durante as eleições de 2010, pela oposição, foi estratégica e transformada em polêmica nacional, aguçando o debate político-midiático. Era o tema capaz de confrontar a posição de uma candidata de esquerda, defensora dos direitos humanos e representante de um partido que institucionalizara este debate, através da Secretaria de Políticas para as Mulheres. Alvo perfeito para a oposição e como afirma Barreras (2014, p. 345) os pronunciamentos de Dilma na campanha mostraram “a concepção de Dilma acerca da necessidade de descriminalizar o aborto, mas no percurso polêmico entre primeiro e segundo turnos, a candidata precisa mudar de posição”. No entanto, obediente ao marketing eleitoral, ao partido e à busca de votos religiosos, a candidata foi constrangida a silenciar e a tergiversar sobre seu posicionamento.

Em 2014, a campanha passou ao largo da temática moral religiosa concentrando-se na desqualificação do PT e na avaliação do período de governança de Dilma associado a problemas políticos e econômicos. Novamente a chapa Dilma e Temer enfrentou o adversário histórico PSDB que trouxe à cena, o então senador Aécio Neves. Derrotado por uma margem mínima e motivado pela certeza de que havia ganho as eleições, Neves entra com pedido de impugnação da chapa vencedora exigindo a sua própria diplomação.

Este movimento impulsionaria tensões e ataques permanentes contra a presidenta Dilma até seu *impeachment*, em 2016, dentro de um golpe político engendrado na combinação entre interesses dos poderes legislativo, jurídico, econômico e midiático (MIGUEL, 2019). A presidenta Dilma foi protagonista da maior humilhação à qual um mandatário político é submetido numa democracia. Em meio a um processo sob o apelido de “pedaladas fiscais”, a presidenta foi condenada por crime de responsabilidade fiscal, mas não lhe tiraram os direitos políticos. Em 2018, candidatou-se ao Senado Federal pelo PT, por Minas Gerais, mas não foi eleita.

O debate, ainda atual, sobre as controvérsias políticas e jurídicas cometidas pelo julgamento e cassação do mandato, mas até 2021, a ex-presidenta Dilma Rousseff já havia sido absolvida, respectivamente, na ação penal “Quadrilhão do PT”; sobre o desvio de dinheiro público entre 2002 e 2016 da Petrobras e outras estatais associado à propina de empreiteiras; sobre o uso indevido do Cartão de Pagamento do Governo Federal (CPGF), e do processo que a responsabilizara sobre a “desastrosa” compra da refinaria de Pasadena (EUA) pela Petrobras em 2006.

Modo de governar

Eleita presidenta, Dilma Rousseff (2010-2014), passou a integrar o poderoso círculo de poder feminino latino-americano com as presidentas Cristina Fernandez Kirchner (Argentina, 2007-2015) e Michele Bachelet (Chile, 2006-2010 e 2014-2018). A primeira mulher na presidência tinha autoridade para realizar uma demarcação político-linguística quando afirmou que seria chamada de “presidenta” e, assim, gerou debates linguísticos e chauvinistas. Ratificava, assim, sua identidade, sua autonomia e demarcava seu próprio território de poder. O vocábulo passou a indicar também, o humor de autoridades e imprensa em relação a ela, até o fim de seus mandatos, especialmente pela imprensa que nunca respeitou sua decisão.

A presidenta fez valer sua história e ousou estabelecer a ligação entre o passado ditatorial do país – devidamente escamoteado pelos governantes anteriores, e um futuro mais límpido desejado pela democracia. Na condição de presidenta criou a *Comissão Nacional da Verdade*²¹² (2011-2014) onde ocupou o espaço de vítima e testemunha do regime militar. Em meio a polêmicas, depoimentos e o olhar do mundo, o Brasil mostrou dolorosas e vergonhosas

212 A Comissão Nacional da Verdade no âmbito da Casa Civil da Presidência da República foi criada de acordo com a [Lei nº 12.528, de 18/11/ 2011](#) e instituída em 16/05/2012, com o objetivo de apurar graves violações de Direitos Humanos ocorridas entre 18/09/ 1946 e 05/10/ 1988. As atividades da CNV, com entrega de Relatório se estenderam até dezembro de 2014.

páginas da sua história, enquanto respondia a famílias de desaparecidos e torturados, embora os responsáveis não fossem passíveis de punição, conforme previam os acordos constitucionais anteriores.

No primeiro mandato, a presidenta realizou enfrentamentos importantes na economia como cortes orçamentários, leilões de aeroportos, intervenções estatais na economia, sendo que seu maior feito seria o milionário leilão do Campo de Libra, considerado o maior campo de petróleo “pré-sal” do mundo. No campo social deu continuidade aos consolidados programas sociais do Governo Lula, além de redução nas contas de luz e a desoneração de impostos federais sobre a cesta básica em ações coerentes com a marca do Governo. Na área educacional investiu na criação de cargos e concursos públicos; na ampliação de vagas nas universidades federais destinadas especialmente a estudantes egressos de escolas públicas, fortalecendo, assim, a política de cotas. Os investimentos em pesquisa foram significativos e importantes para a autonomia dos pesquisadores e a projeção do país no exterior, especialmente o Programa Ciência Sem Fronteiras (CAPES) que estabeleceu convênios internacionais. Defendeu que 100% dos royalties da exploração do petróleo deveriam ser destinados à educação.

Figura 3- logomarca do governo Dilma Rousseff (2011-1014)



fonte: Secretaria de Comunicação da Presidência da República

A atuação da presidenta, no âmbito das relações internacionais trilhou o caminho de prestígio do antecessor Lula e firmou-se como estadista e sua imagem estampou algumas das principais revistas internacionais. A atenção recaía sobre a sua peculiar combinação: primeira mulher presidenta, sem a família tradicional, que herdara um projeto político emancipador do presidente operário, destinado a um país que consolidava sua democracia e economia. Na abertura da Assembleia Geral das Nações Unidas (sempre realizada pelo Brasil), em setembro de 2011, foi a primeira mulher a ocupar aquela tribuna e obteve repercussão quando ao proferir o discurso de abertura, defendendo a inclusão do Estado Palestino na ONU. Outro fato que a colocou em manchetes internacionais foi o enfrentamento com os Estados Unidos, ao cancelar uma viagem oficial ao país, depois de descobrir o vazamento de documentos secretos do governo e empresas estatais. Em setembro de 2013 ratificou sua posição sobre a espionagem, ao proferir contundente discurso na Assembleia Geral da ONU.

Ainda no âmbito internacional cabe ressaltar a importância do evento *Rio+20*, que em 2012, realizou o grande debate sobre o meio ambiente que reuniu 193 países signatários de documento basilar sobre a preservação da vida. Ainda no seu governo, ocorreram os dois mais importantes eventos esportivos internacionais: a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016.

Nesse período, o governo enfrentou a convulsão das ruas, em 2013 e o início das mobilizações pró e contra *impeachment*. Os impactos político-ideológicos de 2013 (Fabrino, 2018) foram determinantes para o governo Dilma e para a história política do país, com repercussão para além da eleição de 2018. Mostravam uma nova forma de organização eficaz e desobediente à hierarquia e à disciplina sindical e partidária. As *Jornadas de Junho* reforçavam a força e a rapidez das mídias sociais; a influência mútua entre movimentos, através da liderança digital iniciada na Primavera Árabe (2010). Ratificavam, também, as teorias sobre a *multidão* (Hardt e Negri, 2004); *mídias radicais* (Downing, 2001) e o uso

inovador de *repertórios* (Tilly e Tarrow, 2009), conforme analisa Parker (2018). As chamadas *Jornadas de 2013* surpreenderam e causaram tensões em todo o país que assistiu ao desvelamento de movimentos de direita e do poder das mídias digitais, embora tivesse sido desencadeado pela esquerda. Em março deste ano, os primeiros estudantes saíram às ruas de Porto Alegre (Haubrich, 2018) contra o aumento das passagens de ônibus. A mobilização se alastrou pelo país agregando diferentes grupos que ampliaram a pauta de reivindicações federais, estaduais e municipais e atraíram movimentos conservadores longe das ruas desde 1964, segundo Avritzer (2016, p. 16). O país entrou em convulsão e obrigou os governos a falarem e a prometerem mudanças em relação à saúde, educação, segurança, corrupção. Para o governo federal sobravam, ainda, manifestações contra a realização da Copa das Copas e contra os investimentos em infraestrutura para a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos cujos valores eram comparados aos investimentos em educação e saúde, por exemplo.

Durante as Jornadas, os ministros abriam espaço para coletivas de imprensa e falavam por Dilma (especialmente, Aloyzio Mercadante, José Cardozo e Miguel Rossetto). Em resposta, no dia 21 de junho de 2013, a presidenta Dilma anunciou em rede nacional, a criação de cinco pactos nacionais²¹³ e propôs um plebiscito para a constituinte sobre a reforma política. Na área da Saúde, Dilma desencadeava mais uma controvérsia ao afirmar que era preciso incentivar a ida de médicos para cidades mais necessitadas e na sua indisponibilidade, contrataria médicos estrangeiros exclusivos para o Sistema Único de Saúde (SUS). Executou assim, Lei nº 12.871/2013, e o Programa Mais Médicos, com o contrato de 3.500 médicos, sendo a maioria cubanos. Sob a crítica de entidades de classe, imprensa e universidades, o governo criou 11.447 novas vagas de graduação e 12.376 novas vagas de residência médica para estudantes brasileiros. Os médicos cubanos foram hostilizados, envergonhando o acordo internacional (Becker, 2017). Até 2019

213<http://g1.globo.com/politica/noticia/2013/06/dilma-propoe-5-pactos-e-plebiscito-para-constituente-da-reforma-politica.html> .

trabalharam em 2.800 municípios e atenderam “mais de oito milhões de famílias brasileiras, quase 30 milhões de pessoas, sendo mais de cinco milhões de crianças”, afirmou Renato Tasca²¹⁴. O contrato foi encerrado por Cuba, em 2019, no início do governo de Jair Bolsonaro.

Ainda no primeiro governo de Dilma foi autorizada a Operação Lava Jato²¹⁵, com autonomia sob a bandeira anticorrupção, que mudaria os procedimentos judiciais no país, ao mostrar a relação corrupta entre o Estado, partidos e empresas e expor ostensivamente as entranhas do PT e do governo até chegar à prisão do ex-presidente Lula, com repercussões até 2021. O país assistiu a prisões e delações de dezenas de autoridades, empresários e políticos, especialmente do PT e na própria equipe da presidenta Dilma, houve exoneração de ministros.

A presidenta Dilma chegou ao ano eleitoral de 2014 com a herança da Copa do Mundo, em meio a controvérsias e manifestações. Mesmo defendendo o legado do evento, o governo foi criticado pela desorganização, obras inacabadas e o investimento equivocado de verbas públicas na construção de estádios e infraestrutura e não em educação e saúde, por exemplo. A presidenta foi hostilizada e vaiada na abertura e no encerramento dos jogos da Copa. A presidenta se reelegeu em 2014, tendo como vice-presidente, Michel Temer (PMDB) que assumiram em 2015, apostando na educação como a nova marca de seu governo. A disputa com o PSDB (Aécio Neves) a encontrou vulnerável, sem apoio do governo anterior e em uma conjuntura nacional que a

214 Renato Tasca, médico e coordenador da Unidade Técnica de Sistemas e Serviços de Saúde/OPAS no Brasil. Afirmou que cerca de 1.500 destes municípios “só possuem médicos cubanos do Programa, de forma que a saída terá o efeito de zerar a cobertura de atenção básica do município” assim como “nas aldeias indígenas, onde operam 300 médicos cubanos, proporcionando atenção básica a 75% da população”.

215 O poder da Operação LavaJato chegaria a 2018, com a prisão do ex-presidente Lula, em abril que o impediu de concorrer à presidência. Apenas em março de 2021, teve sua condenação anulada pelo Supremo Tribunal Federal, mesmo período em que o juiz Sérgio Moro deixaria o cargo de Ministro da Justiça do Governo Bolsonaro e seria processado por abuso de autoridade.

obrigava responder a feitos e malfeitos de ordem política, econômica e legal do seu governo, seu partido e aliados. A campanha propunha mudanças, mas o debate público incidia em acusações sobre a crise brasileira e a palavra “mudança” perdeu o sentido. Mas venceu, por uma margem pequena de votos.

Figura 4 – Logomarca do Governo Dilma Rousseff 2015-2016



Fonte: Secretaria de Comunicação da Presidência da República

Desde o início, o segundo mandato de Dilma e Temer foi mal avaliado, ao contrário dos índices obtidos no primeiro, quando o mapa das pesquisas de opinião²¹⁶ demonstrava índices de aprovação de 59% da presidenta Dilma, em 2011. Em 2012 chega ao patamar de 65% derrubados pelas Jornadas de Junho de 2013 quando obtém 30%, mas volta a subir em agosto para 36%, depois 41% (fevereiro de 2014) e chega ao período da eleição com 42%. Mesmo vitoriosa em 2014, a presidenta Dilma recebe no primeiro ano de governo um baixo índice de 23% de aprovação baixando a 8% em agosto. De fevereiro a abril de 2016 ela mantém o índice entre 11% e 13%. Os índices contrariam o apoio que teria recebido na sua eleição. No dia 19 de março de 2016, o jornal O Globo²¹⁷ divulgava pesquisa Datafolha em que 68% dos entrevistados se diziam favoráveis ao *impeachment* da presidenta Dilma, ou que esta deveria renunciar (65%).

As convocações contra o governo tomaram o país a chamado do Movimento Brasil Livre (MBL) e Vem Pra Rua (VPR), enquanto as manifestações de apoio à presidenta Dilma chamadas pela Frente Brasil Popular e Brasil sem Medo chegavam

216 <https://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/avaliacaodegoverno/presidente/dilma/indice-1.shtml>Acesso, 18 de maio de 2021.

217 <http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/03/68-apoiam-impeachment-de-dilma-diz-pesquisa-datafolha.html>.

tardamente (Gallinari, 2017). Foi contundente, a manifestação contra a presidenta Dilma ocorrida no Dia Internacional da Mulher (8/3/2015) quando seu discurso em rede nacional de televisão, acompanhado pelo barulho de panelas, buzinas e gritos de “Fora Dilma”. No entanto, era o discurso que anunciava a proteção às mulheres com a a *Lei do Feminicídio* (Lei 13.104/15). Este ato mudaria a história da violência contra as mulheres no Brasil, assim como a Lei Complementar 150/2015, que atribuiu valor e dignidade ao trabalho doméstico ao incluir os mesmos direitos que outros trabalhadores. Esta lei beneficiou, especialmente, as mulheres, as empregadas domésticas.

Impeachment e golpe

A presidenta Dilma foi acuada pelos poderes da república, imprensa e opinião pública e no seu segundo mandato governou aos sobressaltos, na defensiva de acusações sobre a sua convivência com a corrupção, incompetência para governar, incapacidade de relacionamento político e postura pessoal agressiva. Dilma recebia o ressentimento das elites no cenário construído pela imprensa que durante 14 anos de governo do PT questionaram a ascendência do Partido de Trabalhadores. Este mesmo cenário seria propício à eleição da direita, em 2018. Como afirma Azevedo (2017) que pesquisou a representação do PT na imprensa nacional de referência, em manchetes e editoriais de O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo e O Globo, de 1989 a 2014. O autor afirma:

[...] a imagem e a representação na mídia do petismo e dos governos petistas foram não só negativos (...) como foram objetos de pacotes interpretativos distintos usados de acordo com a conjuntura. (...) [que] reproduzem essencialmente os mesmos acionados no contexto dos anos 1950 e 1960 para enquadrar o varguismo e o governo Jango: populismo e/ou radicalismo político (ambos definidos como atributos negativos) e corrupção. (Azevedo, 2017, p.187).

O vice-presidente Michel Temer colaborava para essa imagem, divulgando fatos de vitimização como a carta²¹⁸, na qual alinhava queixas sobre o modo como era tratado pela presidenta. Ao mesmo tempo, articulava com os inimigos do governo o desenho de outro país o projeto *Ponte para o Futuro* contrariando o projeto para o qual havia sido eleito. Na sequência, Michel Temer é nomeado articulador político; Eduardo Cunha, do mesmo partido é eleito presidente da Câmara Federal derrotando o partido da presidenta e, o PMDB, mesmo tendo recebido sete ministérios, anuncia seu rompimento com o governo, assim como o PSD. As negociações tensas entre o Planalto e o Legislativo e a evidente ruptura entre o vice e a presidenta foram decisivas para desencadear o *impeachment*

O processo de *impeachment* inicia com a ruptura do pacto entre o PT, Lula e elites, afirma Miguel (2019, p.150-1) que indica os cinco movimentos desencadeadores: no início do primeiro mandato, Dilma provoca “mudanças no pacto que herdara de Lula”; as Jornadas de 2013 demonstrava a “crescente fissão entre o PT e uma larga fatia da sua presumida base eleitoral”; a derrota da direita em 2014 “ampliou sua frustração com as regras vigentes; a “capitulação de Dilma no segundo mandato que minou o apoio da base social”, e o “papel dos interesses internacionais” além da atuação seletiva do aparato repressivo. Ao mesmo tempo, os índices econômicos negativos e as manifestações contra a presidenta concentram a atenção da imprensa e da oposição sobre o governo, sem trégua.

O poder invisível, afirma Bobbio (2015, p.38), “é um poder que pratica atos politicamente relevantes sem ter qualquer responsabilidade política sobre eles, mas ao contrário, procurando escapar por meio do segredo até mesmo das mais normais

218 A carta do vice-presidente à presidenta elenca vários episódios que demonstrariam a "desconfiança" de Dilma Rousseff em relação a ele e ao PMDB. A carta "pessoal" foi ostensivamente divulgada e comentada como traição abastecendo aqueles que promoviam o *impeachment*. <http://g1.globo.com/politica/noticia/2015/12/leia-integra-da-carta-enviada-pelo-vice-michel-temer-dilma.html>

responsabilidades civis, penais e administrativas.” Bobbio se referia ao governo italiano, mas permite refletir sobre a trama e as narrativas que levaram Dilma Rousseff ao *impeachment*, ainda repletas de esconderijos e segredos. Este poder, segundo Bobbio (2015, p.32), “pode assumir várias formas, que numa primeira aproximação, podem ser distinguidas tomando por base a diferente relação que cada uma delas mantém com o poder público”. O autor alinha três formas: o poder invisível e secreto instalado contra o próprio Estado; poder invisível organizado para combater o poder público, se beneficia com vantagens e benefícios ilícitos e age em associações secretas, criminosas e, o terceiro poder invisível como instituição do estado, como os serviços secretos de proteção à democracia. Bobbio afirma (2015, p.35) que se o poder é opaco “a opacidade do poder é a negação da democracia”. O governo da presidenta Dilma, ao contrário, ocupava todos os espaços de visibilidade política.

Se a eleição em 2010 assegurava uma governança diferenciada sob as ordens de uma mulher, os acordos e a onipresença do PMDB na vice-presidência (Michel Temer) marcavam a ingerência, como afirma Dahl, do *lado sombrio* das democracias que ocorre exatamente na negociação entre as elites e seus interesses privados, nos bastidores como a história do governo Dilma. O centro das democracias está no Interesse Público e os embates com os interesses privados – de ordem pessoal, política, econômica - ampliam as tensões dos regimes democráticos.

De acordo com Arendt (2007, p.68) quando afirma que o interesse público é dotado de relevância em relação ao que pode ser partilhado, aquilo que é comum e “digno de ser visto e ouvido”. Em torno do interesse público são realizadas as promessas eleitorais e justificadas, demagogicamente, ações de governo que não necessariamente atendem ao interesse público e, sim, resolvem problemas de ordem político-administrativa. A visibilidade outorgada ao governo concentrava-se nesta ordem. O país então foi submetido à circulação intensa de narrativas sobre as articulações e estratégias do governo e da oposição, sendo o principal tema dos

noticiários políticos, permeando o tecido social e provocando o envolvimento dos mais diversos setores, mais ou menos interessados no resultado do processo. A polarização vivenciada em 2013 aparecia consolidada.

2016 foi o segundo e último ano do governo Dilma marcado pela tramitação e consecução do processo de *impeachment* entendido como ação legal decorrente de um articulado golpe de estado. Andrade (2019) sintetiza diversos autores que discorrem sobre a complexidade da conjuntura na qual o *impeachment* é desencadeado a partir de conjunções, crises políticas, econômicas, corrupção, rejeição ao PT facilitadas pelo chauvinismo em relação à mulher presidenta. Especificamente:

O desgaste político e social provocado por escândalos de corrupção na Petrobras e pela operação Lava-Jato (Doval; Actis, 2016, Melo, 2016, Domingues, 2017, Levitsky, 2018, Mendes, 2018) somou-se a uma crise econômica, em grande parte, impulsionada pela queda internacional no preço das *commodities* (Doval e Actis, 2016, Melo, 2016, Tible, 2016, Levitsky, 2018, Mendes, 2018). Além disso, a virada pragmática no projeto econômico do governo após a eleição de 2014 não contribuiu para estabilizar o mandato da presidenta (Singer, 2015, Doval; Actis, 2016, Melo, 2016, Tible, 2016, Domingues, 2017). Nesse contexto, também emergiu um crise política, onde a presidenta teve dificuldades em administrar a base aliada (Doval; Actis, 2016, Goldstein, 2016, Mendes, 2018) e também precisou lidar com protestos massivos e uma pressão social que evidenciava um crescente descontentamento com o governo, desde 2013 (Tible, 2016, Mendes, 2018). Esse cenário configurou o que diferentes pesquisadores chamaram de “tempestade perfeita” (Goldstein, 2016; Melo 2016, Levitsky, 2018), na qual Dilma não conseguiu conduzir sua administração até águas mais tranquilas. (ANDRADE, 2019, p.32).

Em meio a todo esse processo traumático à democracia brasileira ocorre um fato emblemático sobre os limites da ética e da justiça nas atividades sombrias. No ápice da crise, a presidenta

Dilma indica o ex-presidente Lula a ministro da Casa Civil e um telefonema entre eles é gravado e exaustivamente divulgado pelo então juiz Sérgio Moro (Lava Jato), sendo sua posse suspensa pelo STF.

Dez grandes acontecimentos, segundo Almeida (2016), último assessor de comunicação da presidenta Dilma, teriam caído sobre o governo como “a versão brasileira das dez pragas do Egito” e relaciona o aumento da inflação; aumento do desemprego; recessão econômica; rompimento da barragem de Mariana (MG); o alastramento de contágios do Zika vírus; a proximidade da Operação Lava Jato com o Planalto e o PT; a delação premiada de Delcídio do Amaral que acusa o governo de corrupção; a polêmica sobre a compra da Refinaria de Pasadena (EUA) pela Petrobrás; a ação no TSE pedindo a cassação da chapa Dilma-Temer até o processo de *impeachment* no Congresso Nacional.

O processo de impeachment

O protocolo do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff aceito pela Câmara Federal, foi construído a partir de disputas, narrativas, acordos e manifestações jurídicas, políticas, midiáticas e morais, especialmente, sobre governança incompetente e “pedaladas fiscais”. A rejeição das contas do exercício de 2014 pelo Tribunal de Contas da União serviu de argumento para o processo principal assinado por Miguel Reale Júnior (PSDB), Janaína Paschoal e Hélio Bicudo. Em março de 2016 foi eleita a Comissão Especial para analisar o pedido.

No domingo, 17 de abril, o plenário da Câmara aprovou, por 367 contra 137 votos, o encaminhamento ao Senado. Dia marcado por um espetáculo deprimente para o mundo da política e para a democracia brasileira, quando votos histriônicos, favoráveis ao *impeachment*, ovacionavam a religião, a família, o regime militar e a moral conservadora. No Senado, de maio a agosto de 2016, da Comissão Especial de *Impeachment* ao plenário, a presidenta Dilma

foi acusada, defendida e julgada. No dia 12 de maio por 55 a 22 votos, o processo é formalizado e a presidenta afastada por 180 dias, tendo assumido, interinamente, o vice Michel Temer.

Neste dia, a presidenta Dilma Rousseff profere dois discursos. O primeiro, ainda no Palácio do Planalto, a título de “declaração à imprensa” e o segundo na rua para os apoiadores. Ambos expressavam sua indignação, proclamavam sua inocência e insistiam que era protagonista de um “golpe à democracia”, de um “golpe parlamentar” e de uma “farsa jurídica”. Ressaltou a injustiça sofrida, afirmando ser esta, “a maior brutalidade que pode ser cometida contra um ser humano, que é puni-lo por um crime que não cometeu”. A presidenta define o momento como mais um doloroso desafio associado à sua história e confessa:

Já sofri a dor indizível da tortura e a dor aflitiva da doença. Agora sofro mais uma vez, a dor igualmente inominável da injustiça. O que mais dói é perceber que estou sendo vítima de uma farsa jurídica e política”. Ressalta ainda: “Nunca imaginei que seria necessário lutar de novo contra um golpe no meu país” e ao final declara que “a luta pela democracia não tem data para terminar.

A sessão de julgamento do *impeachment* inicia em 25 de agosto sob a presidência do ministro do STF, Ricardo Lewandowski e no dia 29, a presidenta Dilma realiza sua defesa e responde a questões e agressões de 48 senadores e senadoras por mais de 13 horas. Reafirma sua inocência e ratifica a certeza de que estava sendo vítima de um golpe, mas no dia último dia de agosto, por 61 votos a 20, o Senado Federal aprova o *impeachment* e solidifica um golpe à direita que seria vitorioso nas eleições presidenciais de 2018.

Como registrado no documento “*Impeachment: o julgamento da presidente Dilma Rousseff pelo Senado Federal*” (Brasil, 2016, p.14), o processo de *impeachment* ocupou 27 mil folhas agrupadas em 73 volumes. Na apresentação deste documento pode ser lido o seguinte texto:

O maior desafio foi lidar com situações novas de um processo de impedimento por crime de

responsabilidade absolutamente distinto do precedente de 1992. Aquele já não havia sido simples e, claro, seu ineditismo também trouxe diversas perplexidades. No entanto, a tecnicidade do assunto envolvido na Denúncia no 1/2016, o número de questões de ordem, recursos e impugnações e a dureza dos embates aportavam a esse processo uma carga de dificuldade incomensurável. Tudo isso aliado a uma transparência absoluta, uma vez que todas as etapas foram transmitidas ao vivo por TV, rádio e internet (BRASIL, 2016).

As controvérsias sobre o governo e a destituição da presidenta Dilma se mantêm nas centenas de textos, pesquisas e debates. Em julho de 2021, por exemplo, Luiz Roberto Barroso (presidente do TSE e ministro do STF), afirmou que o *impeachment* de Dilma Rousseff ocorreu por razões unicamente políticas: “creio que não deve haver dúvida razoável de que ela não foi afastada por crimes de responsabilidade ou corrupção”²¹⁹.

O *impeachment* contra a presidenta e o golpe contra a democracia são temas centrais para os estudos sobre os poderes da república, democracia e autoritarismo, cultura brasileira, questões de gênero, e a interdependência entre comunicação, mídias e política, a partir da variável visibilidade.

Comunicação e imagem pública do governo e da presidenta

Dilma Rousseff é o eixo desta reflexão por ocupar um espaço singular na história política brasileira que a registra como vítima, testemunha e protagonista durante o regime militar e na democracia. Através de sua história, podem ser identificadas mudanças radicais da sociedade e da política brasileira. É esta trajetória que aciona uma reflexão ousada relacionada à formulação

219 Simpósio Interdisciplinar sobre o Sistema Político Brasileiro (05/07/2021). _ https://www.cartacapital.com.br/cartaexpressa/barroso-nao-ha-duvida-de-que-dilma-nao-foi-afastada-por-crime-de-responsabilidade-ou-orrupcao/?fbclid=IwAR3MKp_iF9JupYEwEpr2og_Z8Cs5A2FcV7bdbyjDwsiYxIwMICwuixv6Gcc.

do paradoxo político-comunicacional. A comunicação sobre a ex-presidenta e a sua própria comunicação permitem ingressar na perspectiva complexa que serve à análise da política e da governabilidade., através da Trata-se da visibilidade necessária ao exercício do poder, democrático ou autoritário, como já foi abordado.

Nesta parte serão abordados aspectos da *visibilidade outorgada* complementar à *visibilidade institucional*. Esta expõe as ações do governo, de acordo com as estratégias e o planejamento da comunicação, estabelecimento de relações e a circulação de produtos informacionais e publicitários. A visibilidade outorgada, por sua vez expõe a instituição e seus dirigentes, a partir dos outros (organizações, adversários), imprensa e mídias e redes sociais, valorando fragmentos, em diferentes formatos e humores de acordo com interesses. São duas ordens de visibilidade interdependentes que incidem na formação da imagem pública e na credibilidade das informações circulantes

A ex-presidenta Dilma é um paradoxo, um mosaico instigante, onde convivem muitas Dilmas cuja visibilidade provoca ambiguidades. Combinada à sua aparência austera, de postura rígida demais para os padrões atribuídos às mulheres brasileiras, convivem seus personagens que se divertem com a vida, a política, ironizam as instituições, mas também naturalizam estereótipos e preconceitos. Nada maternal, mas mãe e avó; inexperiente na política, mas venceu duas eleições presidenciais. A comparação permanente com a desenvoltura de seu patrono Lula, impedia de que fosse vista com suas próprias características. A falta de exercício na política de representação (nunca disputara uma eleição) e a louvada capacidade de administrar a burocracia política a transformaram em um alvo fácil aos inimigos.

Comunicação de governo

A vitória de Dilma em 2010 foi o reconhecimento da sua trajetória e a aposta nacional para ter uma mulher na presidência do país. Tinha o aval do carismático presidente Lula e um país em estabilidade social e econômica para governar. Na comunicação produzida pela Presidência da República, confluem a visibilidade da própria instituição e a visibilidade da presidenta, no caso.

Quanto mais importante for o lugar de poder ocupado, maior a complexidade sobre ver e opinar. Esse processo de visibilidade é construído por reações e opiniões favoráveis e desfavoráveis sobre a instituição, o projeto político e o próprio político: o que pode ser visto; o que é dado a ver; o que deve ser visto e o que realmente é visto e assimilado pelos outros, externos à instituição, mas por ela representados. Nenhum político ou governante espera unanimidade de aprovação, pois os índices favoráveis são tão efêmeros quanto os desfavoráveis. Quanto maior o poder em jogo, maior a disputa sobre a imagem pública, na medida em que todas as instâncias políticas, sociais e midiáticas observam, perscrutam, mentem, editam e publicam informações.

A ex-presidenta herdou um sistema de comunicação poderoso montado pelo Governo Lula que privilegiava a comunicação pública incluindo um departamento específico (Núcleo de Comunicação Pública) na Secretaria de Comunicação da Presidência da República, que funcionou de 2004 a 2012. Herdou, também, os resultados da I Conferência Nacional de Comunicação que em 2009 reuniu cerca de 30 mil pessoas que aprovaram mais de 600 recomendações e foi um marco para a política e as relações entre governo, meios de comunicação e sociedade, com o “objetivo geral a elaboração de propostas orientadoras para a formulação da Política Nacional de Comunicação, através do debate amplo, democrático e plural com a sociedade brasileira”²²⁰. No Governo

220 Documento Referência da 1ª Conferência Nacional de Comunicação – CONFECOM Ministério das Comunicações, Brasília 2009.

Dilma, no entanto, houve baixa implementação dessas propostas, assim como não ocorreu a II Conferência.

É possível afirmar que o governo de Dilma Rousseff não privilegiou estratégias significativas de comunicação pública, nas relações com a sociedade e a imprensa e, assim, reduziu sensivelmente a circulação de informações e a produção da visibilidade de seu governo. Não há indícios de que houve a constituição de um projeto de comunicação a ser aferido, ao modo do governo anterior²²¹ quando, através da SECOM foram ampliadas as redes de comunicação entre o Estado e a sociedade, fortalecido o sistema público de comunicação²²², implantada a política de descentralização de verbas e a regionalização de investimentos, visando inclusive as mídias alternativas²²³. Ao contrário, o governo Dilma caracteriza-se por um retorno à política tradicional de comunicação com investimentos centralizados nas grandes empresas midiáticas.

A comunicação mais direta da ex-presidenta Dilma Rousseff foi centrada em discursos, entrevistas e os programas *Conversa com a Presidenta* e o *Café com a Presidenta*²²⁴. A *Conversa* foi a coluna assinada pela presidenta e publicada semanalmente, de 2011 a 2014, em jornais impressos cadastrados para isto, sob a coordenação da Secretaria de Imprensa da Presidência da República. Perguntas eram enviadas e respondidas desde que relacionadas a temas sobre “políticas públicas e de relevância e interesse jornalísticos, considerando que a coluna visa ser mais um

221 Relatório da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica da Presidência da República (2003-2010) sobre o governo de Luiz Inácio Lula da Silva da (Presidência da República - SECOM 2010).

222 Sistema Brasileiro de Televisão Pública com a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), TV Brasil, TV NBR, Programa de rádio A Voz do Brasil. Ferramentas digitais como o site da [Secom](#), da [Secretaria de Imprensa](#), do [Blog do Planalto](#) e do [Portal Brasil](#) (Boletim Em Questão, Central de Notícias, Revista Digital, Jornal de Balanço).

223 Em 2003, apenas 499 tipos de mídias dividiam as verbas de governo e em 2006 já eram 4.451, atingindo em 2010, o total de 8.010. O item “outros” passou de 11 (2003) a 2.512 (2010). Weber, 2011).

224 http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/dilma-rousseff/conversa-presidenta/conversa_com_a_presidenta.

instrumento de prestação de contas à sociedade das ações do governo federal”. O *Café com a Presidenta* foi veiculado na Rádio Nacional, sob a condução de Luciano Seixas, semanalmente, de 2011 a 2014.

Figura 5 – Programa “Café com a Presidenta”



Fonte:

<http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/dilma-rousseff/cafe-presidenta>

A presidenta concedeu 280 entrevistas privadas e coletivas, nacionais e internacionais²²⁵, entre 2011 e 2016 e proferiu 961 discursos. A presidenta recebeu muitas críticas sobre essa relação limitada com a imprensa tendo sido motivo de notícia na *BBC Brasil*²²⁶, que em 2012 lhe enviou perguntas sobre as razões deste pouco contato. A resposta da Secretaria de Imprensa da Presidência ressaltou que as entrevistas estavam vinculadas à possibilidade de agenda “não havendo, portanto, metas quantitativas a serem cumpridas”. A presidenta relegou um dos espaços mais importantes de visibilidade e credibilidade sobre as ações do Estado ao restringir as relações com a imprensa. Obviamente era comparada com o presidente Lula, para quem, as entrevistas²²⁷ eram também

225 http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/dilma-rousseff/entrevistas-presidenta?b_start:int=280.

226

https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2012/12/121220_dilma_imprensa_if

227 O presidente Lula concedeu entre 2003 e 2010, um total de 860 entrevistas nacionais e internacionais

<http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/entrevistas/>.

estratégias de exercício do seu carisma, através da linguagem e exemplos pouco ortodoxos à política, mas de fácil compreensão pela sociedade.

Os indicadores referentes ao investimento publicitário, no entanto, são proporcionais aos seus antecessores com verbas, no primeiro mandato, destinadas prioritariamente para a televisão (65%); igual percentual para jornal, rádio e revistas (7%). Em relação aos antecessores (FHC e Lula) os investimentos são maiores para Internet (6%) e mídia exterior (7%)²²⁸. A comunicação necessária à governabilidade não foi prioridade, inclusive com poucos investimentos em propaganda estatal federal. A partir de 2013, há uma diminuição significativa continuada em 2014 e 2015 conforme publicação baseada em dados da SECOM, à exceção da internet²²⁹.

Discursos da presidenta

Outro aspecto da visibilidade institucional refere-se ao estilo e à retórica da ex-presidenta Dilma em seus 961 pronunciamentos²³⁰, no país e no exterior (2011-2016), sendo que muitos foram criticados por sua imprecisão linguística. Na pesquisa de Gandin (2018), 900 pronunciamentos de Dilma Rousseff foram analisados e tipificados em três estilos enunciativos: o argumentativo, o dialógico e o didático, adequados ao grau de formalidade do evento.

A formulação discursiva de Dilma, segundo Gandin (2018, p.79) resvala em repetições, trucagens e erros, especialmente,

228 Quadros estatísticos publicados por <https://fernandorodrigues.blogosfera.uol.com.br/2015/06/29/secom-e-br-distribuidora-defendem-gastos-com-publicidade/em20/12/2011>, baseado em dados da SECOM. Acessado em 20 de junho de 2021.

229 <https://www.poder360.com.br/midia/dilma-cortou-r-5915-milhoes-do-gasto-com-propaganda-federal-em-2015/>.

230 <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/dilma-rousseff/discursos/discursos>.

quando há improvisação. Neste sentido, ressalta, por exemplo, a formulação de “uma frase seguindo uma linha de raciocínio e a muda [sic] no meio da enunciação, fazendo com que haja uma visível ruptura de pensamento”. Ressalta, também, a gravidade dos “atos falhos” e exemplifica que em 2011, “a presidente errou o lema de seu governo mais de 10 vezes, trocando o nome de “Brasil: país rico é país sem pobreza” para “Brasil: país rico é país sem miséria”, inclusive no evento de lançamento da marca, tendo confundido os programas sociais que seriam implantados.” Outro exemplo citado foi o programa “Ciência sem Fronteiras” de âmbito internacional e sediado na CAPES/MEC cujo nome foi trocado mais de 12 vezes por “Brasil sem Fronteiras” ao longo do ano de 2011. Segundo Gandin (2018, p.79) ressalta que a “os atos falhos “alimentam o senso comum da inabilidade oratória de Dilma Rousseff, afinal, presume-se que um presidente tenha domínio daquilo que fala”.

A análise sobre a retórica, assim como a circulação de comentários sobre a aparência da presidenta Dilma indicam a falta de assessoramento adequado no campo da comunicação presidencial. Mesmo que isso não tenha maculado a sua reputação, incidiu sobre a formação da sua imagem pública. Seu modo de aparecer manteve sua ambiguidade e seus muitos rostos. A história de Dilma e a sua reputação serviram a estratégias eleitorais e como aval de medidas importantes, mas é a figura imaginada que irrita aos seus juízes e homens (absoluta maioria) em acordos sombrios que a levam a julgamento e a condenaram em processo de *impeachment*.

Imagens da presidenta

A política é feita na hibridação entre a reputação (história comprovada) e a imagem pública (narrativas conjunturais) sendo que a imagem prevalece de acordo com as intenções em jogo. A disputa por espaços de poder e representação invoca o olhar e a

opinião do outro, necessariamente circunscritos à determinada conjuntura; sensação; obediência ideológica, religiosa, familiar; projetos e suscetíveis a imagens, informações e propaganda. A reputação necessita, portanto, ser reafirmada, demonstrada e pode ser resgatada com o tempo, enquanto a imagem pública tem a duração da conveniência em disputa. De algum modo, a formação da imagem pública é investimento constante realizado por instituições do Estado que realizam a produção estratégica de informações e a promoção sobre suas ações capazes de criar redes de apoio e comunicação. A ação de políticos, no entanto, concorre com a sua própria imagem pública que vai sendo tecida por grupos sociais, familiares, culturais e religiosos em uma bricolagem cognitiva que agrega as informações da imprensa, mídias e redes sociais, por tempo determinado e conveniências políticas e, sociais e pessoais.

Como afirma Gomes (2004) a política é feita de imagens: “a política de imagem”. Schwartzberg (1978) refere-se à “imagem do poder” própria do “estado espetáculo”, focando na personalização do poder através da análise do uso de personagens, interpretando papéis como se estrelas fossem, promovendo seu desempenho. Neste sentido Schwartzberg (1978, p.93-4) aborda o poder numa tipologia masculina onde cabem: o herói, o homem ordinário, o líder charmoso, o pai da pátria. Ao se referir à mulher em cargos de poder a designa como “a-mulher política”, uma não mulher, devido ao número reduzido de mulheres no poder e critica a sociedade patriarcal e a prática intensa “do sexismo e do ‘chauvinismo’ masculino”. A extensa literatura sobre feminismo e política e as pesquisas sobre o reduzido número de mulheres nos lugares de representação política, no Brasil, por exemplo, pouco tem influenciado as mudanças. Por isto, a eleição da presidenta Dilma tinha um caráter simbólico associado. Schwartzberg (1978, p.104) afirma que não seria “ilusório pensar que as mulheres possam contribuir para reinventar a política. Para transformá-la num exercício que seja, não mais feminino, e sim, mais humano.”

Tendo sido a primeira mulher a ocupar a presidência do Brasil, Dilma Rousseff ingressa nos jogos de visibilidade confundindo estereótipos ditos masculinos e femininos. A estranheza de ter uma mulher no poder parecia autorizar o chiste, o julgamento sobre gênero, aparência, competência, postura, que incide sobre a ambiguidade da imagem pública de Dilma Rousseff e extrapola a circulação de informações, de signos e os índices das pesquisas de opinião. A complexidade de formação da imagem como reivindica Baldissera (2008, p.199) está na “imagem–conceito” que “exige significação, mas não, necessariamente, comunicação” e “é constantemente (re)tecida em processos e subprocessos interativos e interdependentes, diversamente imbricados, que a engendram permanentemente e, de forma recursiva, são por ela gerados e regenerados”.

O estranhamento de uma mulher na presidência estabelece, claramente, a circulação de críticas que na verdade estabelecem a comparação entre a força do “poder masculino” (no devido lugar) e as limitações do “poder feminino” (deslocado). As mudanças incidem sobre a burocracia, com a ampliação significativa de mulheres em lugares estratégicos e na abordagem dos temas de interesse público. A disputa pela igualdade, no entanto, foi norteadada por padrões masculinos, mas a presidenta Dilma ultrapassou esta perspectiva e demarcou sua identidade. Como afirma Tiburi (2019, p.36):

Dilma Rousseff foi vítima de todas as violências simbólicas que uma mulher pode sofrer em um mundo machista. E por ser um corpo de mulher no poder, ela foi atacada por meio da única parte de seu corpo tangível ao discurso e ao imaginário, sua imagem. Ela foi exposta, massacrada, reconstruída por um discurso misógino.

Sua história e reputação pouco incidiram na formação da imagem pública favorável e no transcorrer de seu governo foi distanciada de seu papel histórico, como apontava a campanha eleitoral de 2010. Naquele momento, seu “passado guerrilheiro” foi

insinuado, adaptado, e ressemantizado pelo marketing eleitoral, já que ela tinha índices altos de aprovação, estava de mãos dadas com Lula e o país atravessava um bom momento com a execução de políticas de direitos humanos e a diminuição da miséria. Assim, de algo execrável pelos conservadores, parte de sua história foi transformado em poderosa peça de campanha: a Dilma do “coração valente” (figura 6).

Figura 6 – Utilização da imagem de Dilma Rousseff



Fonte: Fonte: https://brasil.elpais.com/brasil/2014/10/27/politica/1414430543_325319.html#?rel=mas

Nessa campanha, Dilma é colocada em paradoxo, ao gerar dois polos possíveis de interpretação. Em busca de apoio e votos, a candidata herdeira de Lula, competente e com a aparência de estadista, atendendo até padrões dito masculinos. Do outro, a mulher sozinha que chega ao poder carregando sua história de ativista, guerrilheira, prisioneira, à margem dos padrões brasileiros de beleza. Essa eficaz campanha eleitoral oferece ao eleitor argumentos sobre a força histórica da candidata, mas também, oferece aos adversários, elementos para narrativas sobre o medo e a desconfiança sobre uma candidata perigosa devido ao seu passado de lutas e resistência. A imprensa veiculou exaustivamente imagens relacionadas ao seu passado como exemplifica a figura 7, com teor negativo, enquanto as mesmas imagens eram utilizadas como peças do marketing eleitoral e símbolo de resistência, força e coragem. Na figura 8, a foto de Dilma Rousseff, aos 22 anos, depondo

diante de uma auditoria militar, no Rio de Janeiro, em novembro de 1970.

Figura 7 – Capa da Revista Época



Fonte: revista Época, 16 ago. 2010.

Figura 8 – Dilma Rousseff diante de auditoria militar, em novembro de 1970



Fonte: Ricardo Amaral, em “A Vida quer coragem”.

A lógica publicitária e a estética digital tornaram possível a proximidade com o passado e o distanciamento das acusações. Em momentos de campanha, o jogo se dá em três frentes da batalha borradas em seus limites: a estratégia propositiva e defensiva do candidato; o desmonte do adversário como inimigo do povo; e a participação da imprensa cujo apoio é controlado legalmente, em nome de uma imparcialidade. E, poucos veículos de imprensa têm coragem de manifestar seu voto, em nome de acordos com o mercado e apoios políticos.

Humor sobre Dilma

A visibilidade outorgada a Dilma pela imprensa e pela sociedade reuniu com humor as muitas Dilmas e dão conta da simbologia que a mostra ativista política de “coração valente” que carrega muitos nomes de guerra²³¹ (Stela, Wanda, Luiza, Marina, Maria Lúcia). A presidenta, então se permitia ser a personagem de enredos de humor como nenhum outro presidente. Ria de si mesma e fazia rir no sofisticado humor de *O diário da Dilma* (Revista Piauí); nos desatinos e a ironia com atos de poder em a *Dilma Bolada* (Twitter), e a performance sobre a *Dilma irritada e agressiva*, de Gustavo Mendes.

A paródia de Gustavo Mendes exacerba a gestualidade da presidenta e o seu peculiar modo de falar que ao longo de sua gestão foi um dos temas comentados por colunistas, mídias e redes sociais, memes e adversários, na medida em que o senso comum espera que a chefe da nação se expresse bem. Dezenas de referências aos chistes e erros nos discursos da presidenta, alimentavam listas e risos. Gustavo Mendes (figura 9) imitou Dilma Rousseff e brinca com seu estilo “agressivo”, no programa *Casseta&Planeta* da Rede

231 Declaração de Carlos Araújo, ex-marido de Dilma Rousseff, à Laís Modelli, na reportagem “A Linhagem dos Candidatos”, da revista **Caros Amigos** (nº. 210/2014, p. 24-29), afirmou que soube do verdadeiro nome de Dilma quando foi presa, pois à época publicavam a foto e o nome. Assim, também, Dilma soube do nome de Araújo: <https://piaui.folha.uol.com.br/a-revista/>.

Globo. Até hoje (2021) o ator se apresenta nesta personagem em shows e em lives na plataforma You Tube.

Figura 9 – Gustavo Mendes parodiando Dilma Rousseff



Fonte: <http://redeglobo.globo.com/novidades/humor/noticia/2012/10/casseta-gustavo-mendes-vive-dilma-e-mais-personagens-na-2-temporada>.

O Diário da Dilma – A presidenta dita “sem carisma”, mas valente, durante seus dois mandatos foi personagem também do humor sofisticado que combinou a sua intimidade com personagens e situações da burocracia palaciana nas páginas do *Diário da Dilma*²³², na revista Piauí, conforme registro nas imagens dos quadros 2 e 3.

232 <https://piaui.folha.uol.com.br/a-revista/>.

Quadro 2 – *Diário da Dilma* (primeira edição – fevereiro de 2011)

Notas, apontamentos e tergiversações

Apontamentos da presidenta recém-empossada: “Primeira reunião com os ministros”. Não admitirei conversas paralelas. Quem quiser ir ao banheiro, basta levantar a mão e pedir demissão.



Fonte: revista Piauí <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/notas-apontamentos-e-tergiversacoes/>.

O impacto desta página mensal residia em dois fatos. O primeiro que oferecia outros elementos para o julgamento da presidenta e que poderiam desequilibrar a opinião do leitor sobre um certo mau humor que a caracterizaria. O outro seria a exposição da burocracia e das relações presidenciais a partir de um modo secreto de avaliação que a personagem realizava.

Quadro 3 – *Diário da Dilma* (última edição – junho de 2016)



Fonte: revista Piauí: <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/onde-tem-carnica-tem-urubu/>.

O *Diário da Dilma* escrito pelo *ghostwriter* da presidenta Dilma, Renato Terra e ilustrado por Caco Galhardo foi publicado de fevereiro de 2011 a junho de 2016, ocupando 54 folhas do diário em 54 edições da revista Piauí. A sátira combina a agenda da presidenta Dilma com aspectos mais relevantes do noticiário e manifestações emocionais expondo alguns desejos e raivas associados a nomes e situações reais e o conjunto da obra se torna hilário e sarcástico. Em 2014, os autores publicaram o livro *Diário da Dilma*: a seção da Revista Piauí, pela Companhia das Letras.

A *Dilma Bolada* - Outra personagem da ex-presidenta Dilma é a irritadiça *Dilma Bolada* está viva até hoje - criada por Jeferson Monteiro, desde as eleições de 2010 no Twitter (@DilmaBr), em 2011 no Facebook (2014) e depois, também, no Instagram, com

milhares de seguidores. Ainda pode ser acessada e seguida no espaço em que mantem a afirmação “sou linda, sou diva, sou a eterna Presidenta. Sou Dilma!”. Jéferson Monteiro deu vida à presidenta e como tal chegou a participar de entrevistas na imprensa e programas. A associação entre uma presidenta (Dilma) e a gíria “bolada” permitia a associação entre dois opostos. Como afirma Gadelha (2013), Dilma Bolada, ganhou o prêmio norte-americano ShortyAwards na categoria “#FakeAccount” (Conta falsa), por meio do voto popular dos usuários da rede. O prêmio é considerado pelo New York Times, o “Oscar do Twitter”. Também ganhou o prêmio de “Perfil Anônimo do Ano” em 2012, como página fake de políticos pelo site YouPix (www.youpix.com.br).

Gadelha (2013, 97-99) realizou levantamento sobre a identidade atribuída a Dilma e as respectivas hashtags, listando as principais:

RAINHA (#RainhaDoPovo,
#SoberanaDasAméricas, #RainhaDaInternet,
#QuemMandaAquiSouEu; DIVA (#DivaDoPovo,
#DivaDaNação, #DivaDoFacebook); Mãe
(#Dilmãe, #DimãeDoPovo, #DilmãeNoel,
#DilmaMeAdota);
AVÓ (#Dilmavó #DomingoEmFamília
#VovóCoruja);
DILMA BRINCALHONA (#Dilmoleka,
#TrotePresidencial);
PRESIDENTA - ÊTA PRESIDENTA
MARAVILHOSA_(#Dilmaravilha,
#IssoQueÉPresidenta, #EtaPresidentaMaravilhosa,
#ÊtaPresidentaJusticeira, #ÊtaPresidentaSincera);
INTERNauta_
(#TodosSonhamComUmaInboxMinha,
#VouDominarAInternet,
QuemÉLigadoNoMeuFaceSabeQueHojeNãoPrecis
aTrabalhar;
NOVELEIRA_(#Dilnoveleira,
#EstouTodaHoraOlhandoProRelógio,
PreocupadaComAHoraDaNovela, #OiOiOi;
POLÍTICA
(#PutinHojeEuTòCansadaAGenteSeFalaAmanhá,
#CaféComAPresidenta,
#SarneyMeteteOPéQueARainhaChegou;

#CrisEuFicoTeZoandoMasTeAdoroViuNêga;ÍDO
LA (#FanClubeDilmetesDoAcre,
#OsDilmetesDominamEssaNação,
#TodosOsDilmetesDoam.

As figuras 10, 11 e 12 mostram o encontro entre a presidenta Dilma e Jeferson Monteiro, o criador da sua personagem *Dilma Bolada*; uma caricatura de grande repercussão à época e o registro de um insólito decreto *fake* estabelecendo feriado devido ao último capítulo da telenovela Avenida Brasil (Rede Globo, 2012) publicado em *Dilma Bolada*.

figura 10 – Dilma e Monteiro



Figura 11 – “Dilma Bolada”



Figura 12 – Decreto “fake”



Fonte: www.facebook.com/DilmaBolada(#(@DilmaBr/ #dilmabr)

A combinação entre a postura sisuda da presidenta cumprindo a liturgia do cargo e a desconstrução autorizada pela abordagem humorística apontam para um paradoxo. De um lado, a presidenta que demonstra segurança e autoestima suficientes para rir de si mesma, exercer sua autoridade e conviver com a crítica bem-humorada que a humaniza e lhe dá leveza. Por outro lado, a apropriação e a caricatura da sua gestualidade e estilo contribui com a crítica depreciativa e oferece material aos adversários, na medida em que os “defeitos” são valorizados.

Para além da caricatura humorística, circulavam na imprensa e nas mídias e redes sociais, informações e imagens que apresentavam a presidenta Dilma Rousseff, em sua irretocável aparência e postura exigida a uma estadista, mas também aspectos que a desqualificavam. Sobre um presidente homem não ocorre a ninguém comentar sobre sua beleza, ou seus ternos, mas sobre uma mulher sempre recaem as exigências estéticas, independentemente da sua competência e do lugar de poder ocupado.

A presidenta Dilma governou sob uma inspeção estético-chauvinista. O traje escolhido para a sua segunda posse como presidenta (janeiro de 2015) foi transformado em acontecimento e pauta na imprensa²³³. Estilistas ganharam espaço para analisá-lo e cabe destacar o elogio enviesado de Reinaldo Lourenço na entrevista à Folha de São Paulo, ao afirmar que “Dilma acertou na roupa ao mostrar uma fragilidade e a feminilidade que não tem” e “tirar a imagem austera foi uma boa escolha”. Walério Araújo, afirmou que “as medidas maiores [da presidente] não permitem cores muito claras pois mostram todas as imperfeições do corpo”. Villaventura diz que “apesar de ter sido uma escolha feminina, a silhueta em “A” achatou a presidente” e “temos mil recursos para trabalhar melhor as medidas. Já vesti uma noiva de 130 kg e ficou ótimo.” A presidenta foi criticada por ter usado renda porque “não parecem ter sido feitas no Brasil”. O processo de desqualificação da presidenta já estava em curso e a roupagem da presidenta obteve mais atenção do que a repercussão de seu discurso e a presença de 44 autoridades internacionais (figuras 13 e 14).

233 <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/01/1570468-look-de-dilma-na-posse-divide-estilistas->.

Figura 13 – Posse da presidenta Dilma em 2015



Figura 14 – Meme da presidenta Dilma



Fonte: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/01/1570468-look-de-dilma-na-posse-divide-estilistas->

A reputação da presidenta Dilma está registrada em documentos, leis e ações que comprovam sua capacidade e sua obediência aos princípios da democracia e caros à emancipação social, assim como o *impeachment* maculou sua trajetória política. A sua imagem, no entanto, vai sendo construída em narrativas de adversários e apoiadores; por aqueles que têm argumentos políticos, jurídicos e ideológicos defensáveis da sua idoneidade; por outros que sobrepõem suas atitudes e aparência à sua capacidade política. Pode-se afirmar que poucos cidadãos com protagonismo político possuem uma reputação tão bem registrada como Dilma Rousseff, mas independentemente de sua história gravada, sua imagem pública vem sendo formada junto ao imaginário brasileiro por retalhos desta história, estrategicamente destinados à promoção ou ao declínio de sua reputação.

A história de Dilma Rousseff é exemplar para mais um dos aspectos do paradoxo político-comunicacional. Trata-se de relacionar sua imagem à reputação dependente da verdade, que tem consistência histórica e pertence ao âmbito legal, institucional, técnico, persiste no tempo e é passível de comprovação, na medida em que preservada em registros, documentos, certidões, certificados, títulos, comprovantes e testemunhais. A imagem pública, no entanto, tem a força e a fragilidade próprias da subjetividade, eivada por emoções, contradições e passível a

dúvidas e questionamentos construídos entre informações, imagens, discursos e a história individual. A reputação e a imagem pública ora disputam, ora convivem no mesmo espaço, assim como a verdade e as suas distorções. A sobrevivência do político depende da compreensão sobre os limites e a fusão entre reputação e imagem pública, associados ao projeto político-ideológico e às exigências da representação e da institucionalidade exigidas num cargo político.

A história da democracia brasileira protagonizada por Dilma Vana Rousseff remete a mais uma parte importante do paradoxo político-comunicacional relacionada a imagem pública, igualdades e diferenças da identidade política. Todos os cidadãos são iguais perante a constituição, porquanto as diferenças (de gênero, raça, classe, ideologia e religião) devem ser respeitadas registra a ética republicana. No entanto, a diferença é argumento de promoção e aviltamento exposto em propaganda, notícias e discursos eleitorais e institucionais. Deste modo, podemos identificar a força da história da Dilma e as estratégias político-midiáticas que vincularam sua competência e o modo de administrar ao fato de ser mulher. Assim como sua aparência, gestualidade e eficácia discursiva eram ressaltadas a todo o momento.

A complexidade da análise é ampliada quando a questão do interesse público, é implicada na formulação do paradoxo. A visibilidade institucional abrange especialmente questões relacionadas a políticas públicas (*Conversa com a Presidente*), enquanto na visibilidade outorgada há um deslocamento do interesse público para os aspectos (culturais, imagéticos, de gênero, editoriais) que permitem (des)qualificar a presidenta Dilma. É nesta oscilação entre as visibilidades, que o interesse público desliza e adquire inúmeros sentidos.

O possível paradoxo político-comunicacional

As várias ordens de abordagem tiveram por objetivo servir de base à formulação da hipótese sobre a existência de um *paradoxo político-comunicacional*, imanente às relações de poder determinadas por níveis de autonomia e dependência entre o Estado democrático, meios de comunicação e sociedade no exercício de seus próprios poderes, a partir do parâmetro da visibilidade ininterrupta, institucional ou outorgada. Essa complexidade revela a baixa probabilidade de delimitar a verdade e a falácia quando interesses e linguagens se sobrepõem e repercutem sob a regência de quem detém mais poder e controle sobre dispositivos de visibilidade e dizibilidade que resultam na produção de sentidos. Então, visibilidade/ invisibilidade são componentes do exercício de poder e apenas parcialmente controláveis.

Os governos são orientados pela dimensão republicana da publicidade inerente aos regimes democráticos (Habermas, 2003; Bobbio; 2001) e definem os processos de produção da informação política realizados, através de sistemas públicos de comunicação do estado; meios de comunicação massivos; imprensa; mídias e redes sociais e sistemas privados de comunicação empresarial, capazes de estabelecer relações sociais, políticas e econômicas; capazes de mobilizar e responder à opinião pública. O discurso político de representação e a participação da sociedade são inerentes às democracias e, no entanto, ocorrem nas sobras de espaços disponíveis entre os discursos estratégicos da comunicação governamental, da ubiquidade informativa e ficcional das mídias de massa, e dos diálogos insólitos, ou pertinentes nas mídias e redes sociais.

A recente democracia brasileira abriga a história de Dilma Rousseff como a primeira mulher na presidência do país que sofreu *impeachment* configurado como golpe. Esses acontecimentos permitem exemplificar os pactos e disputas entre os poderes da república e os poderes políticos e econômicos. Permitem também mostrar a passagem entre o regime autoritário militar e o regime

democrático, através da mesma pessoa, execrada duplamente, como prisioneira despossuída de poder e, depois, como a mandatária no exercício do maior poder da república, por *impeachment*. Esta dupla figuração também é constitutiva do paradoxo em elaboração ancorado na visibilidade e na comunicação administrada pelas instituições públicas e a comunicação desenvolvida do outro lado, em vigilância. A história pessoal e política de Dilma Rousseff sustenta o paradoxo, na medida em que fugir da repressão no regime militar implicava confundir a visibilidade e assumir diferentes personagens e nomes. Na presidência, a visibilidade institucional promove seus discursos e atos, assim como na visibilidade outorgada à presidenta é tema de paródias, humor e submetida à vigilância da imprensa, da sociedade e dos adversários.

Paradoxos

Um paradoxo abriga a contradição e a dúvida que mantém dois ou mais conceitos ou situações dentro de um círculo que mesmo contraditórios são mantidos como necessários e sempre incluem um debate ético na aproximação de ideias e funções complementares. Trata-se de conceito aplicado a complexidade do debate no campo da lógica, da arte, literatura, matemática, psicologia e filosofia. Como figura de linguagem, ou de pensamento estabelece e indica a dúvida, na medida em que abriga uma contradição de ideias numa frase ou expressão. Reside na complexidade de abordar questões que pretendem simultaneidades em formulações que vinculam vida e a morte; o amor e a dor; a loucura e a razão; a poética. São oposições, mas podem se completar. Tem um nível de inevitabilidade na combinação, mas é o não senso, o insólito. Em *A Lógica do Sentido*, Deleuze (2011) ingressa na obra literária Alice²³⁴ de Lewis Carroll que considera um “acontecimento puro” e cita os estoicos para afirmar que o paradoxo é ao mesmo tempo “instrumento e análise para a

234 *As Aventuras de Alice no País das Maravilhas* (1865) e *Alice no outro lado do espelho* (1871) são obras de autoria de [Lewis Carroll](#), pseudônimo de [Charles Lutwidge Dodgson](#).

linguagem e como meio de síntese para os acontecimentos”. Esse autor formula uma “série de paradoxos” numa perspectiva teórica que abrange questões da lógica, dos sentidos, acontecimentos e o tempo, para nos apresentar a extensão e os limites das lógicas na atribuição de sentidos. Deleuze (2011, p.97) alerta sobre a “fragilidade do sentido” e ressalta que o “acontecimento, de uma outra natureza que as ações e paixões do corpo. Mas ele *resulta* delas: o sentido é o efeito de causas corporais e de suas misturas. Tanto que ele está sempre correndo o risco de ser tragado por sua causa”. Deleuze (2011, p.78-9) sublinha a complexidade de ver e atribuir sentidos e afirma que os “paradoxos de sentido são essencialmente a *subdivisão ao infinito* (sempre passado-futuro e jamais presente) e a *distribuição nômade* (repartir-se em um espaço aberto ao invés de repartir um espaço fechado) e assim, “o bom senso desempenha papel capital na determinação da significação. Mas não desempenha nenhum da doação e sentido; e isto porque o bom senso vem sempre em segundo lugar (...)”.

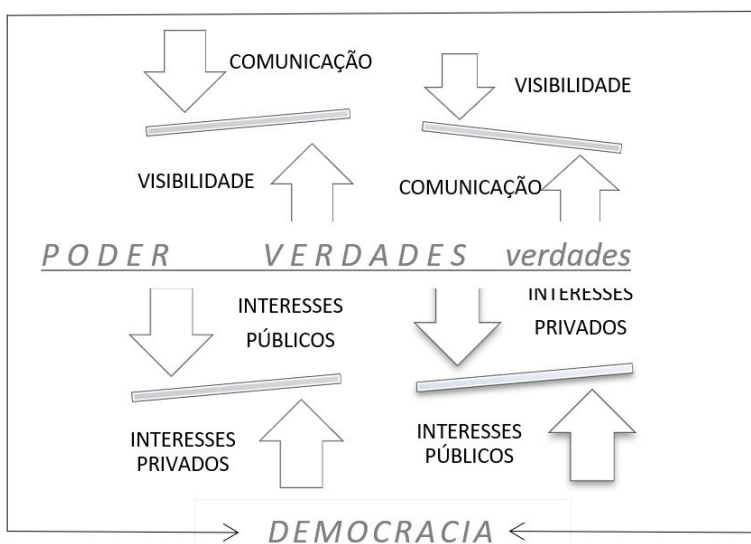
A contemporaneidade é uma fonte inesgotável de paradoxos na medida em que são integradas duas situações, definições, conceitos adversos e ao mesmo tempo passíveis de complementação, mas são relativizados. Incluindo o *non sense*, a ironia inerente ao paradoxo identificado em alguns exemplos, passíveis de comprovação: o desenvolvimento do sistema capitalista e o aumento proporcional da miséria, mas a miséria será erradicada com o crescimento empresarial; a qualidade da produção industrial com o uso de tecnologia cada vez mais avançada e a redução de empregos, mas a tecnologia qualifica o trabalho e a produção; a circulação fascinante de produtos, bens e serviços para a sociedade de consumo, mas os consumidores são classificados pelo tipo de produtos, moradia e vestuário; o desenvolvimento da ciência e da biotecnologia e o aumento das pandemias; a ubiquidade das mídias e redes sociais e a falta de comunicação; o acesso globalizado aos acontecimentos do mundo, o desconhecimento programado e falta de solidariedade; acordos cínicos entre grandes potências sobre preservação da terra e, simultaneamente, o ataque aos recursos

naturais em nome do desenvolvimento; a democracia digital que amplia sistemas de comunicação governamental para a participação da sociedade, mas mantém a exclusão social e digital; a produção em larga escala de alimentos e o aumento da fome; os sofisticados mecanismos de vigilância e o aumento da criminalidade; a amplitude do acesso ao conhecimento e ao desconhecimento; outros.

A compreensão sobre processos, discursos e relações políticas é ato que implica na identificação de paradoxos, na medida em que verdade, realidade e a produção de sentidos respondem a complexos exercícios de representação e governança executados pelas diferentes naturezas e instâncias de poder características das instituições estatais, organizações econômicas, organizações midiáticas, mídias e redes sociais e a sociedade organizada. Significa entender que a compreensão sobre a verdade, realidade e a produção de sentidos dependem de aparatos comunicacionais e níveis de comunicação cada vez mais complexos na medida em que as mídias convencionais e digitais são sistemas estruturantes da própria realidade e do modo de ver e estar nesta realidade.

As lógicas do campo político, por exemplo, cada vez mais se adaptam às lógicas comunicacionais e à ocupação de espaços e relações de visibilidade em busca de legitimidade, credibilidade visando uma imagem pública capaz de render apoio, votos e aliados. Significa que o equilíbrio de poder é mantido também pela visibilidade e respectivas avaliações. Diante disto, podemos visualizar hipoteticamente a busca deste equilíbrio para o qual concorrem os interesses públicos e privados, a visibilidade sobre o manejo destes interesses e o equilíbrio na manutenção dos poderes, conforme pretende demonstrar a figura 15.

Figura 15 – O paradoxo político-comunicacional



Fonte: a autora.

O diagrama da figura pretende demonstrar as quatro dimensões do paradoxo político-comunicacional constituído por conceitos imanentes à democracia (interesse público e interesses privados) e os conceitos que identificam as práticas democráticas (comunicação e visibilidade) em oscilação entre pactos e disputas por verdades e poder.

As premissas, exaustivamente abordadas, indicam que esses pactos e disputas provocam nas democracias, um frágil equilíbrio entre a defesa do interesse público em representação atribuída pelo voto e os interesses privados definidos por práticas políticas, econômicas, morais e religiosas. O interesse público é critério republicano determinado historicamente pelos direitos humanos e argumento para a emancipação social, política, econômica, e a soberania, assegurados nas constituições. Os interesses privados, no entanto, são aqui entendidos como aqueles contrários ao bem comum, capazes de afrontar a ética política e a constituição (da falta de atendimento sanitário à devastação florestal; da disseminação de preconceitos à corrupção). Os limites e as confluências entre o interesse público e interesses privados efetivam

o paradoxo e, neste texto, são utilizados em *stricto sensu*. Sem ingressar no extenso debate da teoria política (Bobbio, 2012; Maia, 2011; McQuail, 1998), o interesse público tem caráter normativo e é constitutivo das democracias.

O binômio “comunicação e visibilidade” complementa o paradoxo. Entende-se que a comunicação, em todos os seus formatos é determinante para o funcionamento das democracias. Especialmente a comunicação pública como a referência normativa à expressão e publicidade dos governos democráticos. Não em oposição, mas em tensionamento, a visibilidade integra a comunicação e é fundamental ao exercício do poder permitindo a formação da imagem pública atratora de reconhecimento, apoio e votos, ou de rechaço. Institucional ou outorgada, a visibilidade é fator de complexidade para o exercício dos princípios democráticos, na medida em que tudo pode ser mostrado e todos participam da produção de visibilidade (informação e desinformação).

Em regimes autoritários, este paradoxo não existe, na medida que o interesse público é definido pelo interesse de Estado e a comunicação é propaganda, na medida que visibilidade e informação podem ser controladas.

A visibilidade parece um conceito de frágil densidade, quando exposta a debates sobre política e democracia. E aqui reside o paradoxo, na medida em que a visibilidade e a comunicação são estratégicas na sustentação dos poderes, no mundo das aparências e da dramatização da informação; no enquadramento de instituições e atores da política com primazia ao impacto visual e à sua permanência, através dos sistemas públicos de comunicação; assessorias; manifestações da sociedade, meios de comunicação tradicionais, plataformas, mídias e redes sociais.

A comunicação e a visibilidade exigidas a instituições e sujeitos políticos das democracias, tanto qualificam quanto desqualificam atos e discursos; promovem a verdade e a mentira e, assim, (des)equilibram as democracias, qual uma força autônoma relacionada à credibilidade e à legitimidade alternadas na tensão e

nos pactos sobre a os limites de interesses públicos e interesses privados.

A defesa intransigente da verdade, da justiça e do interesse público define a democracia e reconhece interesses privados que se fazem presentes, nos projetos políticos, econômicos, religiosos em nome do futuro. Os limites do pleno exercício democrático dependem do equilíbrio entre o público e o privado, embora ocorra a sobreposição de interesses privados sobre o interesse público e sempre em seu nome serão proferidos os discursos dos regimes democráticos, por mais insólitos que possam parecer.

A sustentação do *paradoxo político-comunicacional* reside, portanto, na complexidade das relações e práticas do poder, capaz de condicionar e reduzir a credibilidade à visibilidade (Weber, 2006), independentemente da verdade e da ética implícitas. A imagem pública, assim, pode se sobrepor à realidade e à verdade, sendo que esta pode ser manipulada, sofrer tergiversações pelo uso parcial e estratégico de informações e dados. Nos períodos eleitorais, por exemplo, a verdade é relativizada, recortada e delimitada pelo marketing que impinge contornos e acentos capazes de qualificar ações, privilegiar propostas e desqualificar os adversários. Entra em cena uma política de caráter provisório que sustenta a equação sobre a política submissa a estratégias “capazes de capturar e fidelizar o eleitor” através de mecanismos persuasivos da combinação entre a “síntese política, a síntese afetiva e a síntese comunicacional que traduzem o projeto político e o candidato”, como afirmam Weber, Luz, Bittencourt (2018, p.41).

Verdade e política não são aliadas, afirmava Arendt (2007) já que “as mentiras são necessárias e justificáveis ao ofício não só do político ou do demagogo, como também do estadista”. Ao questionar esta afirmação, a autora se refere a valores e convicções como a verdade, a dignidade:

Por que é assim? E o que isso significa, por um lado, para a natureza e a dignidade do âmbito político, e, por outro, para a natureza e a dignidade da verdade e da veracidade? É da essência mesma da verdade o ser

impotente e da essência mesma do poder o ser embusteiro? (...) não será a verdade impotente tão desprezível como o poder que não dá atenção à verdade. (Arendt, 2007, p.283).

Todos os governantes governam sob a vigilância e a suspeição, sob a vigilância salutar da ética, das leis, da sociedade organizada e da imprensa. As democracias contemporâneas odiadas (Ranciere, 2014), prescritas de morte (Levitsky e Ziblat, 2018), lutando contra elas mesmas, ou reformuladas sob novos populismos (Rosanvallon, 2020) são mantidas por sofisticadas estruturas de comunicação. Mas esta mesma tecnologia da comunicação serve a outras instituições e grupos sociais que conformam a visibilidade de instituições e personalidades públicas de acordo com interesses privados e disputas políticas e “a constituição de visibilidades e das tensões entre os domínios públicos e privados arrastam consigo a credibilidade que é a questão vital da política” (Weber, 2006, p.119).

O fascinante e o perverso caracterizam o modo de estar no mundo e caracterizam a dinâmica de comunicação através de tecnologias digitais que ampliaram circuitos de visibilidade e invisibilidade; de democracia e autoritarismo; de privacidade e exposição; de segredos e delações. Assim são relativizados os limites da verdade e da mentira, da realidade e da ficção, já que em mídias e redes sociais vale a circulação de informações e não se torna necessário comprovar a sua veracidade. Importam os objetivos e a definição dos públicos para a veiculação estratégica de informações.

As democracias contemporâneas convivem com o estranhamento derivado da submissão dos poderes à visibilidade tensa das mídias digitais capazes de sustentar um debate de interesse público qual esfera pública, de ampliar a participação e a transparência, mas também de produzir “verdades”. A proliferação de *fake news* tem alterado a qualidade das informações e, conseqüentemente, a democracia, especialmente as disputas eleitorais. Aparentemente, existe um processo que está fora de controle, mesmo com a atuação de agências de *fact-checking*

verificadoras da verdade de notícias, das campanhas públicas alertando sobre este tipo de crime e, especialmente, a instauração de processos no Poder Judiciário e o debate abrigado no Legislativo Federal²³⁵. Da mesma maneira que grupos poderosos realizam investimentos financeiros na construção desta máquinas de disseminação de (des)informação e contrainformação. Esta tecnologia também pode ser controlada por cidadãos que adquirem algum tipo de poder, ao participarem deste circuito produtor de informações. Tornam-se, portanto, militantes indispensáveis às ideologias, ataques e defesas e, assim, usufruem deste prazer, deste empoderamento conquistado, mesmo momentâneo.

As perspectivas idealistas da democracia remetem à parte política do paradoxo político-comunicacional, na medida em que para grupos e cidadãos o maior envolvimento com a política foi reduzido ao acesso e à quantidade de informações obtidas em redes e mídias sociais. A tecnologia digital amplia esse espectro de participação e, ao mesmo tempo, fortalece a manifestação individualizada de cada cidadão e a possibilidade de montar seus discursos e apoios para além da ideologia, de modo passional, preconceituoso e aviltando princípios da democracia, ou defendendo-a.

Nessa direção, cabe incluir a preocupação de Arendt (1993, p.118), ao perguntar: “Será que a política ainda tem de algum modo um sentido?” e responde que “o sentido da política é a liberdade” relacionada à verdade. A autora atrela a pergunta aos desastres que caracterizaram o século XX e se é impossível negar os malefícios, é possível, também, indicar os benefícios civilizatórios que os arranjos políticos proporcionaram entre discursos e práticas; verdades e mentiras; disputas e acordos ideológicos; arranjos de classe; segredos e excessos de visibilidade e apagamento.

O *paradoxo político-comunicacional* serve à análise de democracias e regimes autoritários, porque a conquista e a

235 Comissão Parlamentar Mista de Inquérito - Fake News, criada em agosto de 2019. <https://legis.senado.leg.br/comissoes/comissao?codcol=2292> . Acessado em 30/07/2021.

manutenção do poder governamental passam pela dramatização, encenação, comunicação e propaganda desenvolvidas em espaços de visibilidade indispensáveis ao exercício de poder. No entanto, o equilíbrio entre interesses públicos e interesses privados é próprio às democracias. A comunicação pública define a comunicação dos regimes democráticos, porém há um tensionamento de coexistência entre a comunicação pública (de caráter normativo) que deve responder ao interesse público, e a comunicação privada que privilegia interesses pessoais do governante, de seu partido, assim como a incidência de privilégios familiares, reducionismos ideológicos e outros. Se a execução de uma política pública de comunicação de um governo é indicador da qualidade de democracia, a sobreposição da comunicação privada, a desqualifica.

A democracia exige comunicação, publicidade e transparência de atos em nome do interesse público e esta exigência convive com o desejo de visibilidade e credibilidade direcionado à obtenção de uma imagem pública favorável que atraia apoio e votos. Não é possível desvincular eventos, campanhas de propaganda, discursos que promovem a administração e beneficiam o Estado do interesse pessoal do político e do governante. De um lado, o desenvolvimento das democracias expostas tensionadas pelos poderes do Estado (Executivo, Legislativo e Judiciário); do mercado; das religiões. Do outro lado, o poder da imprensa, das mídias convencionais, mídias e redes sociais, da sociedade e da opinião pública.

Voltada ao interesse público, a comunicação pública de estado e a comunicação governamental são tensionadas pela perspectiva estratégica, na medida em que a publicidade exigida legalmente dependerá do funcionamento de um sistema. Este sistema estruturado na burocracia, com tecnologia, profissionais e recursos financeiros produzirá informação (jornalismo institucional) e produtos publicitários (campanhas e peças de marketing), além de eventos, protocolos e o discurso dos governantes. Mesmo norteados por uma política voltada à comunicação pública, a publicidade dos governos democráticos e a busca por visibilidade

servirá, também, a projetos político-ideológicos e partidários dos ocupantes do poder, ou seja, servirá a interesses privados. Assim, paralelamente à vigilância e crítica exercidas sobre os poderes, estes produzem suas próprias informações, administram estrategicamente sua visibilidade e as relações com os poderes, investindo em sistemas, tecnologia e especialistas, legalmente mantidos com verbas estatais. Interferem nesta disputa de sentidos sobre sujeitos e instituições, a ocorrência de acontecimentos públicos que exigem respostas do Estado; os escândalos que mostram as entranhas do Estado; a imprensa e seu poder de conferir visibilidade e transcrever a realidade; e as ações de apoio ou adversárias construídas pelas mídias e redes sociais.

Integra o paradoxo a formatação oscilante da imagem pública e o benefício da dúvida (Weber, 2008), constituída entre a visibilidade institucional para a qual concorrem a reputação do político e do governante em cargo de representação; a circulação estratégica de produtos e informações controladas pelos sistemas institucionais de comunicação pública, e a visibilidade outorgada na circulação de notícias e opiniões proporcionada pela imprensa, mídias convencionais e mídias e redes sociais. Esta complexidade indica a impossibilidade, numa democracia, de controlar a comunicação em benefício da instituição, do político, ou governante. Assim, políticos e governantes são dependentes da comunicação que produzem em busca de credibilidade e também da visibilidade e das críticas sobre sua comunicação efetuadas por adversários, mídias e a sociedade.

Considerações finais

O poder exercido por Dilma Rousseff está tanto na visibilidade da sua condição de vítima da ditadura quanto no exercício presidencial. Trata-se de relacionar a reputação dependente da verdade, que tem consistência histórica e legal à imagem pública que possui a força e a fragilidade próprias da subjetividade, eivada por emoções, contradições e passível de

questionamentos e dúvidas, construída entre informações, imagens, discursos e a história de cada um.

Entendo que a visibilidade conferida a ex-presidenta Dilma Rousseff foi determinante para seu julgamento. A sua reputação e a imagem pública disputaram e conviveram nos mesmos espaços, propiciando pactos e disputas em torno de verdades que não lhe eram condizentes; ou formuladas de modo distorcido. A sobrevivência na política depende da compreensão sobre os limites e a fusão entre a reputação e a imagem pública, associados ao projeto político-ideológico do governante, do representante político, mas também do seu partido e da instituição sob sua responsabilidade.

O *paradoxo político-comunicacional* pode ser compreendido como um instrumental analítico que permite analisar as democracias sob a perspectiva comunicacional (mas pode ser extensivo a outros regimes, evidentemente). Abriga, hipoteticamente, três processos de poder e verdade que relacionam visibilidade e comunicação a interesses públicos e interesses privados. Nessa perspectiva, os governos republicanos obedecem ao interesse público, mas são tensionados e usufruem dos interesses privados. A publicidade inerente às democracias é mantida por sistemas de produção de comunicação voltada ao interesse público, mas a visibilidade promove também políticos e governantes, criando uma hibridação entre estes e as instituições. Por último, a publicidade exigida para o estado republicano é acompanhada por objetivos privados vinculados ao desejo de obter credibilidade para os atos institucionais e uma imagem pública favorável constituída na fronteira entre interesses públicos e interesses privados.

Referências

ANDRADE, Bruna. **Redes de atores e argumentos no debate público sobre o processo de *impeachment* de Dilma Rousseff: o dia do afastamento provisório em 12 de maio de 2016.** Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Programa de Pós-

graduação em Comunicação e Informação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2019.

ANDRADE, Danusa S. A comunicação governamental da presidente Dilma Rousseff: uma análise de conteúdo do portal da Presidência da República. *Revista Comunicação e Sociedade*, vol. 26, 2014, pp. 191 – 206.

ARENDT, Hannah. **A Dignidade da Política**. Rio de Janeiro: RelumeDumará, 1993.

ARENDT, Hannah. **A vida do espírito** – o pensar, o querer, o julgar. Rio de Janeiro: RelumeDumará/ UFRJ, 1992.

ARENDT, Hannah. **Entre o passado e o futuro**. São Paulo:Perspectiva, 2007.

AVRITZER, Leonardo. **O pêndulo da democracia no Brasil**: uma análise da crise 2013-2018. *Novos Estudos - Cebrap*, [s.l.], v. 37, n. 1, p.273-289, ago. 2018. *Novos Estudos - CEBRAP*.

AVRITZER, LeonardoL. **Impasses da democracia no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.

AZEVEDO, Fernando Antônio. **A grande imprensa e o PT (1989-2014)**. São Carlos (SP): Edufscar, 2017.

BALDISSERA, Rudimar . **Comunicação e significação na construção da imagem-conceito**. *Revista Fronteira*, v. 10, p. 193-200, 2008.

BAUDRILLARD, Jean. **Lasestrategiasfatales**. Barcelona: Anagrama, 1984

BEAUCHAMP, Michel. et al. **Communication Publique et Société** – repères pour la réflexion et l’action. Québec: Gaëtan M. Éd, 1991.

BECKER Camila. L. **Comunicação e Interesse Público**: o acontecimento Mais Médicos no jornalismo de referência

brasileiro. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2017.

BECKER, Camila ; CESAR, Camila ; GALLAS, Débora et WEBER, Maria Helena. « Manifestações e votos sobre *impeachment* de Dilma Rousseff na primeira página de jornais brasileiros ». *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 2017, vol. 13, n° 24, p. 96-113.

BENHABIB, Seyla; BUTLER, Judith; CORNELL, Drucilla; FRASER, Nancy . **Debates Feministas** –um intercâmbio filosófico. São Paulo: UNESP, 2018.

BLUMLER, Jay G. e GUREVITCH Michael. **The crisis of Public Communication**. Londres: Routledge, 1995.

BOBBIO, Norbert. **Democracia e Segredo**. São Paulo: Unesp, 2015.

BOBBIO, Norbert..N. **Estado, Governo, Sociedade**. Por uma teoria geral da política. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2001.

BRAGA, José Luiz. Circuito *versus* campos sociais. In JANOTTI Jr., Jeder, MATTOS, Maria Ângela, Jacks, Nilda (org) . **Mediação & Mídiação**. Salvador : EDUFBA ; Brasília: Compós, 2012. (p.31-53)

BRASIL. **Produção de conteúdo nacional para mídias digitais**. Secretaria de Assuntos Estratégicos. Brasília: 2011.

BRASIL. Congresso Nacional. Senado Federal. ***Impeachment* : o julgamento da presidente Dilma Rousseff pelo Senado Federal**. 133ª Sessão deliberativa extraordinária da 2ª sessão legislativa ordinária da 55ª legislatura : 25 a 31 de agosto de 2016. Brasília: Senado Federal, SAJS, 2016.

BRASIL. Presidência da República. **Secretaria de Comunicação Social**. Relatório de Gestão [do Governo de Luiz Inácio Lula da Silva]. Brasília: 2010.

BRASIL. Presidência da República/ Secretaria de Comunicação Social. Secretaria de Comunicação Integrada. **Departamento de Patrocínios**. Brasília, abril 2011.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. São Paulo: Contexto, 2006

COELHO, Marja. P. Regimes de visibilidade midiática: os acontecimentos, entre a notícia e o espetáculo. In: **Caleidoscópio**: revista de comunicação e cultura. Nº 10, 2011. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas. p. 125 – 135.

DAHL, Robert. **Sobre a Democracia**. Brasília : Ed.UnB, 2009.
DE MASI, Domenico. (comp). **Comunicación Gubernamental**. Buenos Aires: Paidós, 2006.

DELEUZE, Gilles. **Lógica do Sentido**. São Paulo: Perspectivas, 2011 (21ª série a 25ª série)

DOWNING, John D. H. **Mídia radical**: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Senac São Paulo, 2004.

ESTEVES, João. P. **Sociologia da Comunicação**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.

FAUSTO NETO, Antonio; MOUCHON, Jean; VERÓN, Eliseo. **Transformações da midiatização presidencial**: corpos, relatos, negociações e resistências. São Caetano do Sul (SP): Difusão Editora, 2012.

FAUSTO NETO, Antonio. Tchau, querida: leitura do *impeachment*. **Revista. Animus** (Santa Maria. Online), v. 15, p. 62-81, 2016.

FAUSTO NETO, Antonio. Dos circuitos à sentença: o *impeachment* de Dilma Rousseff no ambiente da circulação midiatizada. **Mediaciones de la Comunicación**, v. 11, p. 97-111, 2016.

FAUSTO NETO, Antonio. *Impeachment* segundo as lógicas de fabricação do acontecimento. **Rizoma**, v. 4, p. 8-36, 2016.

FERNANDES, Carla M.; OLIVEIRA, Luiz A.; LEAL, Paulo R. F. e MARTINS, Thamiris F. Campanha permanente de Dilma Rousseff: uma análise da comunicação governamental e das estratégias eleitorais. **Revista Mediaciones Sociales**, nº 15, (2016): p. 81-100.

FISHKIN, James. **Quando o povo fala** – democracia deliberativa e consulta pública. Curitiba: Instituto Atuação, 2015.

FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2005

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

FRIEDRICH, Carl J. (org.). **El interés público**. México: Roble, 1967

GADELHA, Tássia R. **#ÊTAPRESIDENTAMARAVILHOSA**: uma análise da página Dilma Bolada no Facebook. (Monografia). Departamento de Audiovisuais e Publicidade – Faculdade de Comunicação – UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA. BRASILIA, 2013.

GALINARI, Fabiana. F. de C. **Ativismo na internet e o *impeachment* de Dilma Rousseff** (as estratégias de convocação dos movimentos pró e contra a presidenta do Brasil, 2014-2016). 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2017.

GANDIN, Lucas. **Eu, nós e eles**: a luta política nos pronunciamentos presidenciais de Dilma Rousseff. Curitiba: Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, 2018.

GERALDES, E.; DOMINGUES, T. R.; DOMINGUES, J.; MACHADO, L.; NEGRINI, V. (Org.). **Mídia, Misoginia e Golpe**. Brasília: FAC-UnB, 2016.

GOMES, Wilson. A política de imagem. In: **As transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004 (p. 144-175).

GOMES, Wilson. **Crônica de uma tragédia anunciada** – como a extrema direita chegou ao poder. Salvador: Saga, 2020

GOMES, Wilson. S.; MAIA, Rousiley.C.M. **Comunicação e Democracia**: Problemas e Perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.

GUAZINA, Liziane; PRIOR, Helder; ARAÚJO, Bruno (org). **(Des)construindo uma queda**. A mídia e o *impeachment* de Dilma Rousseff. Florianópolis: Insular, 2019.

GUERRA, Laura.F. Da **deposição de João Goulart ao *impeachment* de Dilma Rousseff**: um estudo comparativo de editoriais dos jornais Folha de S. Paulo e O Globo. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio do Sinos, 2018.

HABERMAS, Jürgen. **Historia y crítica de la opinión pública**- La transformación estructural de la vida pública. Barcelona: GGMassMedia, 1994.

HABERMAS, Jürgen. J. **Direito e Democracia**- entre factividade e validade. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003. (v.I e II).

HARDT.M.; NEGRI,A. **Multitud** – guerra y democracia en la era del Imperio. Buenos Aires: Ed. Debate, 2004

HJARVARD, STIGS. Mídia e cultura: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. São Paulo: **Matrizes**, Ano 5 – nº 2 jan./jun. 2012 (p. 53-91)

HAUBRICH, Alexandre. **Nada será como antes**: 2013, o ano que não acabou na cidade onde tudo começou. Porto Alegre: Libretos, 2018.

JOSGRILBERG, Fabio B. **Tecnologia e sociedade**: entre os paradoxos e os sentidos possíveis. Revista Comunicação & Educação. Ano X. Número 3. set/dez 2005 p.278-287

KEGLER, Bruno. **Da morte coletiva ao acontecimento público, nas redes de comunicação sobre a tragédia Kiss (Santa Maria, Brasil, 2013)**. Porto Alegre: UFRGS/ PPGCOM, 2016 (tese).

KEHL, Maria R. **Ressentimento**. São Paulo: Boitempo, 2020
LANDOWSKI, Eric. **A sociedade refletida**. São Paulo: Pontes/Educ SP, 1992.

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

LUZ, Ana.J. da; WEBER, Maria.H. A memória política do Brasil no site da presidência:: acesso e desvios da comunicação dos governos de Dilma Rousseff e Michel Temer. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p.211-229, maio 2019.

MAIA, Rousiley. Em busca do interesse público: tensões entre a argumentação e a barganha. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011. Pgs. 259-276.

MANIN, Bernard. **As metamorfoses do governo representativo**. Revista Brasileira de Ciências Sociais. São Paulo, n. 29, ano 10, p. 5-34, 1995.

MCQUAIL, D. **Atuação da mídia**: comunicação de massa e interesse público. Porto Alegre: Penso, 2012.

MENDONÇA, Ricardo FabrinoF.. Dimensões democráticas nas jornadas de junho. Reflexões sobre a compreensão de democracia entre manifestantes de 2013. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. Vol. 3, nº 98, 2018. (p.1-23).

MIGUEL, Luis F.. **O Colapso da democracia no Brasil**– da constituição ao golpe de 2016. São Paulo: Expressão Popular, 2019.

MIGUEL, Luis F. Um ponto cego na teoria nas teorias da democracia: os meios de comunicação. **BIB**, n. 49, p. 51 -77. Rio de Janeiro, 1º semestre de 2000.

MIGUEL, Luis. F.; BIROLI, Flávia. (Org.). **Mídia, representação e democracia**. São Paulo: Hucitec, 2010.

NORRIS, Pippa. **Critical citizens**: global support for democratic governance. Oxford: Oxford University Press. 1999.
ol.com.br/politica/ultimas-noticias/2010/02/21/veja-cronologia-da-vida-de-dilma-rousseff.htm

PARKER, Marcelo. X. **Visibilidade, Deliberação e Afetos**: comunicação e política nas ocupações da UFRGS em 2016. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2018.

PESTANA, Débora R. **Cultura do medo e democracia**: um paradoxo brasileiro. Revista Medições. Londrina, V. 10, N. 2, P.183-198, JUL./DEZ. 2005.

PIERANTI, Octavio Penna **Políticas públicas de radiodifusão no governo Dilma**. Brasília: UnB, FAC, 2020.

QUÉRÉ, Louis. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. In: **Trajectos**, Revista de Comunicação, Cultura e Educação, nº 6, 2005. p. 59 – 76.

RANCIÈRE, Jacques. **O ódio à democracia**. São Paulo: Boitempo, 2014

ROLANDO, Stefano. **La comunicazione publica per una grande società**. Parma: Etas, 2010.

ROSANVALLON, Pierre. **La contre-démocratie**: la démocratie à l'âge de la défiance. Paris: Seuil, 2006.

ROSANVALLON, Pierre. **El siglo del populismo**. Barcelona: Galaxia Gutenberg SL, 2020.

SADER, Emir (org)A. **Lula y Dilma**: 10 años de Gobiernos Posneoliberales en Brasil. Quito: IAEN, 2014.

SAMPAIO, Thiago. **Popularidade presidencial**: análise dos microfundamentos do suporte público da presidente Dilma Rousseff. Belo Horizonte: Tese (doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, 2014.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard.. **O Estado Espetáculo** – ensaio sobre e contra o star system em política. Rio de Janeiro: DIFEL, 1978

SINGER, Andre. **O lulismo em crise**: um quebra-cabeças do período Dilma. São Paulo: Companhia das Letras, 2018

TARROW, Sidney. **O poder em movimento**: movimentos sociais e confronto político. Petrópolis: Vozes, 2009.

TERRA, Renato. **Diário da Dilma**. A seção da Revista Piauí São Paulo: Cia das letras, 2014.

TIBURI, Márcia. Um ensaio visual contra a manipulação da imagem. In: PRADO, Evandro. **“Tem que manter isso aí, viu?”**. São Paulo: Evandro Prado, 2014 (p.36-39).

TILLY, Charles; TARROW, Sidney. **Politique(s) du conflict**: de la grève à la révolution. Paris: SciencesPo, 2008.

TOURAINÉ, Alan. **Um novo paradigma** – para compreender o mundo de hoje. Petrópolis (RJ), Vozes, 2007.

VAN DIJK, Teun A. How Globo media manipulated the *impeachment* of Brazilian President Dilma Rousseff. **Discourse &**

Communication, [s.l.], v. 11, n. 2, p.199-229, fev. 2017. SAGE Publications.

WAISBORD,. Silvio. **Watchdog journalism in South America: news, accountability, and democracy**. Nova York: Columbia University Press, 2000.

WEBER, Maria.H. Híbridões de verdades políticas e midiáticas. **Revista Intexto**. Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 6, p. 1-38, julho/dezembro 1999.

WEBER Maria,H. Imagem Pública. In: RUBIM, Antonio A. C. (org.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004.p.259-307.

WEBER, Maria H. **Lula of Brazil, a political pop star: theconstructionofhispublicimage**. (Politicians as Stars: The Recent Evolution of Personalization of Political Communication). ICAAnnualConference Boston, May 26 -30, 2011.

WEBER, Maria H. O estatuto da Imagem Pública na disputa política. **RevistaEco-pós**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 12, p.11-26, set. 2009. Quadrimestral.

WEBER, Maria H. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer; LOCATELLI, Carlos (Org.). **Comunicação pública e política: pesquisa e práticas**. Florianópolis: Insular: 2017.

WEBER, Maria H. Visibilidade e credibilidade: tensões da comunicação política. In: MAIA, Rousiley; CASTRO, Maria Ceres Spínola (org.). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. p.117 - 136.

WEBER, MariaH.; COELHO M.. Entre jornalismo e poderes. In: SILVA, Gislene...[et al], (org.). **Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas**. Salvador: EdUFBA; Brasília: Compós, 2011. p. 51 – 78.

WEBER, Maria H.; COELHO, Marja. P. e LOCATELLI, Carlos. (orgs.). **Comunicação pública e política**: pesquisa e práticas. Florianópolis: Insular: 2017Florianópolis: Insular, 2017 (b).

WEBER, Maria H.; LUZ, Ana .J; BARRERAS, Sandra B. Equação da política provisória: a comunicação na disputa de afetos e votos. **Revista Compólitica**. Vol.8 (2). . p.41-68. Brasília, 2018

ZÉMOR, Pierre. **La communication publique**. Paris : Presse Universitaire, 2005.