

Apresentação
[Presentation]

REVISTA
com política

revista compolítica
2016, vol. 6(1)
compolitica.org/revista
ISSN: 2236-4781
DOI: 10.21878/compolitica.2016.6.1.267
 Open Access Journal

Alessandra Aldé

Universidade do Estado do Rio de Janeiro
[Rio de Janeiro State University]

Maria Helena Weber

Universidade Federal do Rio Grande do Sul
[Federal University of Rio Grande do Sul]

Apresentação

Alessandra ALDÉ
Maria Helena WEBER

As sucessivas crises políticas que temos testemunhado, dentro e fora do país, têm algumas convergências. Uma é sua orientação conservadora. Outra das mais evidentes, e não apenas para nós que estudamos o assunto, é a centralidade da comunicação política no desenrolar dos eventos e suas consequências históricas. Acompanhamos à maioria dos cidadãos britânicos dizer não à União Européia após uma campanha acusada por muitos de desinformativa e mentirosa. Era para as câmeras de televisão que os deputados brasileiros brandiam seus cartazes contra Dilma, na votação transmitida ao vivo de suas justificativas ao impeachment – um golpe parlamentar em que os principais veículos de mídia nacionais confirmam seu histórico de partidarismo e intervencionismo políticos. Todos os dias novos memes e gifs da campanha presidencial norte-americana desfilam no fluxo contínuo das nossas redes sociais.

No nosso caso, a dimensão escandalosa da participação de boa parte da imprensa na promoção do antipetismo aponta para uma responsabilidade e um desafio. Não podemos deixar de efetuar análises críticas nos vários âmbitos da academia e da sociedade, contribuindo para esclarecer o debate e denunciar os abusos da mídia com a política e da política com a mídia. Esta é a responsabilidade. O desafio é teórico e metodológico: precisamos de atualidade e perspicácia para dar conta dos imprevistos caminhos da história humana. O atual cenário de mudança pede urgência no sentido de observá-lo e criticá-lo.

Nesta edição, a Revista Compolítica procura contribuir para esta discussão com dois textos que parecem dialogar entre si sobre o partidarismo da cobertura eleitoral e a percepção de viés por parte de públicos ideologicamente posicionados. No primeiro deles, *Wilson Gomes*, no estilo que seus leitores (e seguidores) bem conhecem, aborda a percepção ou convicção de “media bias” por parte dos próprios receptores – leitores, usuários: a sensação de que os meios de comunicação distorcem os fatos e são intencionalmente parciais. Sem negar a existência objetiva de parcialidade na imprensa

em geral, o autor pretende, a partir de uma revisão da literatura, apontar para a natureza da premissa interpretativa segundo a qual a comunicação é sistematicamente orientada para favorecer o lado adversário àquele do observador, mais ligado à percepção relativa de suas próprias convicções que dos comportamentos instrínsecos dos profissionais da mídia.

Em direção outra, *Luna Sassara e João Feres Jr.* analisam a cobertura do jornal O Globo e Jornal Nacional nas campanhas de reeleição de Fernando Henrique Cardoso, em 1998, e Dilma Rousseff em 2014, no intuito de rejeitar a hipótese de que o viés antipetista demonstrado pelo Grupo Globo seja consequência do exercício democrático do papel de “cão de guarda” (watchdog) das instituições democráticas, que justificaria um jornalismo crítico de qualquer governo. O teste escolhido, ao comparar dois contextos relativamente semelhantes de reeleição presidencial ajuda a consolidar a denúncia de viés que vem sendo defendida pelo grupo do Lemep (Iesp-Uerj), pois embora ambos os governantes tivessem baixa popularidade, o artigo demonstra que contra o candidato-presidente FHC os veículos estudados foram bem mais amenos.

As eleições constituem pois temáticas indispensáveis na produção científica do campo comunicação e política. A perspectiva apresentada por *André Fontenelle e Liziane Guazina* indica a complexidade definida pela divulgação de pesquisas em períodos eleitorais, ao levantar hipóteses sobre o posicionamento de colunistas políticos de jornais de referência. O artigo - *O uso de pesquisas eleitorais da produção no colunismo político: uma comparação entre O Globo e La Nación nas eleições presidenciais de Brasil (2014) e Argentina (2015)* – compara as opiniões de Merval Pereira (Brasil) sobre a disputa entre Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB) e Marina Silva (PSB), com o colunista Joaquín Morales Solá (Argentina) a respeito dos candidatos Mauricio Macri (Cambiamos), Daniel Scioli (Frente para la Victoria) e Sergio Massa (Frente Renovador). A análise recai sobre a combinação de variáveis políticas (peculiaridades dos sistemas brasileiro e argentino); comunicacionais (enquadramentos próprios do jornal e da coluna em relação às pesquisas) e pessoais quando os colunistas privilegiam determinadas informações, em detrimento de outras politicamente mais importantes. A argumentação favorável à oposição, a sugestão de utilidade ao voto e a seleção de

informações e pesquisas são recorrentes nos 63 textos de Merval Pereira analisados e de 28 de Morales Solá.

A estética política da gambiarra cotidiana, título do artigo de Helena Assunção e Ricardo Fabrino Mendonça, procura pensar a interface entre comunicação política a partir de uma perspectiva teórica ampliada atentando para um objeto pouco convencional, a estética da improvisação cotidiana e sua dimensão política. Para os autores, práticas as mais diversas se apropriam dos materiais dispostos no mundo de forma muitas vezes inusitada, configurando-se como “processos comunicacionais potencialmente capazes de promover alterações na tessitura coletiva do mundo comum”. A gambiarra é vista como a improvisação através da qual os sujeitos agem, criativamente, na reinvenção política do mundo, revelando um potencial de resistência e emancipação, como ilustram e exemplificam as fotografias de Cao Guimarães que acompanham o texto.

O professor *Francisco Rudiger* apresenta uma contribuição importante e nova para os estudos da história e características da propaganda política. Seu artigo intitulado *O pensamento propagandístico japonês, das origens até 1945* analisa o fenômeno da propaganda a partir da elaboração de intelectuais japoneses entre a I Guerra e o fim da II Guerra Mundial. Para tanto, reúne informações de autores que permitem compreender a situação do país, o funcionamento da imprensa, o controle da opinião e o poder da propaganda, considerando, por exemplo, as ações do Secretariado da Informação. Rudiger relaciona diferentes autores que permitem reconstituir uma época e compreender outras estratégias da propaganda japonesa baseada em princípios como espiritualidade, família e às tradições culturais do Império.

Para os estudos da comunicação política, o debate sobre a legislação e o controle do poder dos meios de comunicação é um dos desafios mais importantes, na medida em que exige tanto posicionamento institucional quanto a reflexão sobre cidadania e liberdade traduzidos como a democratização da comunicação. O artigo *A radiodifusão no Uruguai e o debate da democratização da comunicação: o que muda com a nova lei nº 19.307?*, de *Chalini Torquato* contribui para o debate no Brasil, ao reunir informações e reflexões sobre a nova legislação uruguaia (Lei nº 19.307). Os indicadores de análise privilegiam

os valores democráticos, interesse público, regulação da propriedade e conteúdo, além do controle público, entre outros indicadores de democratização.

A presença significativa de jovens pesquisadores de comunicação política em instituições de excelência no exterior se traduz nesta edição na forma de duas entrevistas de temáticas diferentes com professores da Tulane University, em Nova Orleans. A primeira, *Política, comunicação e o contexto político atual na Venezuela e no Brasil*, foi realizada com David Smilde, por Juliana Gagliardi e Fernanda Nalon Sanglard. O professor entrevistado é reconhecido por suas pesquisas sobre a Venezuela, autor de diversos livros, entre eles, *Venezuela's Bolivarian Democracy*, em coautoria com Daniel Hellinger. Essa entrevista oferece informações e argumentos sobre a mídia na Venezuela, sobre características do “chavismo” e as relações entre mídia e política na América Latina.

A segunda entrevista (*Estudos de produção e articulações de poder na Economia Criativa: pensando o local para compreender o global*) foi realizada com a pesquisadora Vicki Mayer por Aline Maia. A professora propõe uma outra perspectiva de análise da sociedade ao relacionar desigualdades e hierarquias à produção midiática. Autora de uma produção importante, sua contribuição para os estudos de comunicação política destaca o desafio que propõe a este campo quando relaciona a indústria midiática, mercado de trabalho e economia, vetores que incidem em novos processos de poder político. Mayer é ainda autora de um recém-lançado livro em co-autoria com Miranda Banks e Bridget Conor com textos que discutem a relação entre os Estudos Culturais e o campo da economia da produção midiática, e prepara para 2017 um volume que assina sozinha sobre a economia da cultura e a indústria cinematográfica, enfatizando um estudo de caso sobre a relação entre Hollywood e as locações em New Orleans que ofereciam vantagens tributárias aos produtores de cinema.

Completa a edição a resenha detalhada de João Guilherme Bastos dos Santos sobre *Political Turbulence: How social media shape collective action*, dos pesquisadores do Oxford Internet Institute encabeçados por Helen Margetts, publicado em 2015 pela Princeton University Press. O livro contribui para a compreensão da dinâmica da ação coletiva nas redes sociais online, com seu comportamento viral e a inclusão de novos públicos em uma acepção ampliada de participação política, que implica custos mínimos

como clicar o botão de uma petição eletrônica. Margetts proferiu, também em 2015, a conferência de abertura do VI Congresso da Compolítica, na Puc-Rio, Rio de Janeiro, e tem apresentado consistentes reflexões que avançam na relação entre a influência social e a ação coletiva.

Com este conjunto de textos, esperamos contribuir para o debate da democracia contemporânea e seus desafios, assumindo que a Revista Compolítica tem importante papel a ocupar fomentando o diálogo no campo da Comunicação Política, hoje e cada vez mais no centro da cena. Em conjunto com a Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Política, esperamos poder patrocinar reflexões sobre os dilemas que envolvem os temas afeitos à realidade política nacional e internacional e suas interseções com a mídia.

E, no intuito de garantirmos ainda maior visibilidade aos pesquisadores e conteúdos publicados na revista, completamos nosso quinto ano de existência com uma conquista importante, a indexação de todos os artigos, entrevistas e resenhas publicados até aqui e de agora em diante no padrão DOI (Digital Object Identifier). O DOI é um sistema de identificação de documentos que relaciona uma numeração única à publicação e permite que este código seja acessado diretamente pela internet sempre através de um endereço permanente. O DOI é gerido internacionalmente pela Crossref e foi incorporado pela Revista Compolítica através de convênio firmado entre a Associação Brasileira de Editores Científicos (Abec) e a Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Política (Compolítica).

Os autores desta e de todas as edições passadas podem acessar o DOI de seus respectivos manuscritos e incluir o código número no campo apropriado do Currículo Lattes. Dessa forma, os textos serão mais facilmente rastreáveis por quem tem interesse em lê-los. A expectativa futura é, a partir do depósito DOI para o periódico, ampliarmos a presença da Revista Compolítica em outras bases indexadoras importantes. É mas um passo para uma publicação acadêmica que vemos como essencial para nosso campo de estudos.

Para a atual equipe da revista, altamente engajada e exigente, as perspectivas e projetos futuros são brilhantes. Estamos em processo de reestruturação que envolve algumas

mudanças no corpo editorial, mas principalmente iniciativas para uma melhor relação com os pareceristas, e aceleração do lapso de tempo entre a submissão e o retorno aos autores. Nesse sentido, a prática do *desk review*, incorporada já no último ano, tem garantido um retorno consistente aos autores, mesmo quando o manuscrito não é aceito para publicação. Além disso, estamos trabalhando para intensificar a publicação e a presença de textos de autores estrangeiros na revista, e, com ela, ampliarmos a visibilidade interna e externa do periódico. O objetivo é aumentarmos gradativamente o fator de impacto da publicação, com vistas também à qualificação da revista na avaliação quadrienal da Capes, especialmente mas não apenas na área de Ciência Política.

Os esforços empreendidos por esta equipe se somam aos de inúmeros pesquisadores da área e de outras áreas em garantirmos à produção científica o destaque e a circulação devidos, de forma a contribuir de maneira sólida para o amadurecimento não apenas da reflexão acadêmica sobre nosso papel junto ao sistema político mas especialmente de nossa cultura política como um todo.

As editoras

Alessandra Aldé é professora da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Doutora em Ciência Política pelo IUPERJ. ale3alde@gmail.com

Maria Helena Weber é professora da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. mhelenaweber@terra.com.br