

Entre acordos e disputas: estratégias da mídia na política e da política na mídia¹

Patrícia M. PÉRSIGO²
Maria Ivete Trevisan FOSSÁ³
Universidade Federal de Santa Maria/UFSM, RS

RESUMO

Este artigo aborda os reflexos e intersecções entre os campos político e midiático em circunstâncias críticas. Os escândalos políticos caracterizam-se como fenômenos cada dia mais frequentes em nossa sociedade, os quais muitas vezes, vem à tona pelo próprio trabalho do campo midiático. O jornalismo atua no sentido de narrar fatos de um real histórico determinado, mostrando-se ora como testemunha, ora como um cenário de denúncias. Para esta investigação, utilizamos as pesquisas dos autores Rodrigues (1990), Bourdieu (2011, 1983), Sodré (2001), Thompson (2008, 2002), Charaudeau (2008), Gomes (2004) e Foucault (1995). Nesse sentido compreendemos que as rela es estabelecidas apresentam-se como estratégias de poder que perpassam diversos campos sociais.

PALAVRAS-CHAVE: campo midiático; escândalos políticos; poder; estratégias;

Introdu o

Diariamente, tomamos conhecimento sobre diversos acontecimentos ocorridos em nossa sociedade por meio das mais variadas plataformas midiáticas. As pautas jornalísticas, cada vez mais, diversificam-se e segmentam-se, buscando abarcar uma gama de temáticas que atenda as necessidades informativas e de entretenimento de seu público. Nesse cenário, algumas pautas conquistam maior destaque, revelando o que Charaudeau (2006) chama de uma finalidade ambígua do campo midiático: a de informar (fazer saber) e a de captar audiências cada vez maiores (fazer sentir).

Bourdieu (1997), ao explicar os critérios na sele o do que   ou não notícia, afirma que os jornalistas se utilizam de “ culos”, identificando, assim, certos aspectos no acontecimento, destacando-o como merecedor do tratamento jornalístico. Nesse sentido, podemos elencar algumas questões que conferem valor às notícias, como o inverso   normalidade, a notoriedade dos atores envolvidos, a proximidade, a relevância, entre outras.

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunica o do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunica o, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunica o.

² Doutoranda e Mestre em Comunica o Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: patriciapersigo@gmail.com

³ Professora Doutora do Programa de Pós-Gradua o em Comunica o e Pós-Gradua o em Administra o da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: patriciapersigo@gmail.com

Por esta razão, é recorrente vermos certos acontecimentos sendo amplamente explorados e dramatizados pela mídia como parte de sua pauta por um longo período.

Frequentemente, o campo midiático dedica boa parte dos seus espaços a notícias sobre política. Sejam decisões e atos de partidos em questão, movimentos da oposição, publicidade de programas e políticas de governo, abusos de poder, vazamentos de informações e manifestações populares ou, até mesmo, escândalos políticos. Tendo em vista as transformações pelas quais os processos comunicativos passam na contemporaneidade, todos esses acontecimentos adquirem graus distintos de visibilidade, instantaneidade e potencial de circulação.

Essa constante visibilidade do campo político na mídia expõe (talvez não explicitamente) um jogo de forças, poderes, acordos, disputas e constrangimentos que vão além do próprio conteúdo noticioso, isto é, a notícia sobre o “mensalão”, o nepotismo, o desvio de verbas públicas ou a venda de medicamentos não expressam somente o seu conteúdo direto. Os modos de dizer ou narrar um acontecimento encerram em si um jogo estratégico comunicacional a ser consumido, debatido ou questionado por outras instâncias inseridas nesse processo e postas em relação com a mídia naquele momento.

Nesse sentido trazemos aqui neste artigo um referencial bibliográfico a fim de refletir sobre os reflexos e intersecções entre os campos político e midiático em circunstâncias de escândalos políticos. Para tanto nos utilizamos dos autores Rodrigues (1990), Bourdieu (2011, 1983), Sodré (2001), Thompson (2008, 2002), Charaudeau (2008), Gomes (2004) e Foucault (1995).

1) Campos sociais e suas intersecções

As sociedades, ao longo dos anos, desenvolveram-se e estruturaram-se em torno de esferas públicas. Esferas que congregavam debates, críticas e manifestações de indivíduos reunidos entre si, não como um lugar físico, mas como um espaço de trocas simbólicas. No referido contexto, a comunicação assumiu o papel de estrutura estruturante desses agrupamentos, contribuindo, de forma direta, para o debate sobre as diversas esferas que permeavam uma determinada sociedade (RODRIGUES, 1990).

Podemos afirmar que, a partir do século XIV, vemos a esfera religiosa sofrer um declínio do seu poder, desencadeando, assim, a emergência de múltiplas outras esferas de legitimidade. As discussões passaram a abordar outros objetivos e outras lutas, sendo

compostas por indivíduos dotados de um saber especializado e acumulado como recurso necessário para a sua manutenção e a ascensão no interior do grupo.

Essas esferas de discussão passam a representar, na contemporaneidade, domínios de competência que integram o tecido social. Assim, temos os campos sociais que caracterizam-se como

esferas de legitimidade que impõem com autoridade indiscutível actos de linguagem, discursos e práticas conformes, dentro de um domínio específico de competência. [...] A legitimidade é assim o critério fundamental de um campo social (RODRIGUES, 1990, p. 144).

É principalmente por essa legitimidade que um campo social tem o poder de atribuir certas decisões, ações ou até mesmo proferir opiniões a uma sociedade. Bourdieu (2002, p. 65) também nos auxilia a compreender os campos sociais ao proferir que tais campos também podem ser entendidos como “universo relativamente autônomo de relações específicas: com efeito as relações imediatamente visíveis entre os sujeitos envolvidos na vida intelectual”. Nesse universo, as posições ocupadas por esses atores representam a forma como ocorrem as relações no interior do campo.

O sociólogo francês ainda argumenta que, para que um campo funcione, é preciso que esteja determinado “objetos de disputa e pessoas prontas para disputar o jogo” (BOUDRIEU, 1983, p. 89). Esses indivíduos aptos para o jogo seriam dotados de valores⁴ inerentes ao campo nas palavras de Rodrigues (1990) e, para Bourdieu (1983), estariam imbuídos de um *habitus*⁵ e de conhecimento sobre as regras e as disposições que regem este jogo.

Sob esse aspecto é pertinente considerar que o tecido social não é composto unicamente por campos formalmente constituídos. O espaço público está permeado por instituições que regulam, de maneira informal, a própria representação e a organização de grupos de indivíduos, como “o vestuário, a sexualidade, a gestualidade são tanto mais poderosos e legítimos quanto menos visível e consciente é a força vinculativa da sua intervenção” (RODRIGUES, 1990, p. 144). Essa observação faz-nos atentar para o fato de que se a nossa sociedade é formada por campos sociais legitimados e grupos sociais

⁴ “Por valor devemos aqui entender quaisquer objetivos para a obtenção dos quais os indivíduos e os grupos estão dispostos a renunciar a algo” (RODRIGUES, 1990, p. 145). O autor ainda faz uma ressalva, afirmando que o entendimento de valores é uma noção relativa que está sujeita às transformações de uma sociedade e de uma época. Talvez essa consideração do autor auxilie-nos na compreensão das mudanças pelas quais o campo midiático e político passam atualmente.

⁵ Por *habitus* Bourdieu (1983), compreende aquilo que é a condição básica da existência de um campo e também o produto do seu funcionamento, dentro de relações objetivas. O *habitus* também se refere à um processo de aprendizagem implícita no interior do campo.

informais, faz-se possível, entre estes, também observarmos a existência de tensões, conflitos e questionamentos.

Dessa forma a tessitura social não é um todo homogêneo e constante, uma vez que, diariamente, presenciamos pactos e disputas também como forma de manutenção de um campo social. É através de seu lugar de fala em determinado contexto que um campo será mais ou menos ouvido. Estabelece-se algo como um

processo de imposição de maneiras conformes de dizer e de agir, possuem seu próprio corpo social e asseguram sua visibilidade através, nomeadamente, de mobilizações dos discursos, dos gestos e dos comportamentos (RODRIGUES, 1990, p. 146).

A existência de um campo social deve ser a principal motivação que vincula um número de agentes sociais, no entanto, mesmo no interior de um campo, existem lutas ou jogos como Bourdieu (1983) assevera. As posições assumidas pelos agentes são determinadas pela quantidade de capital acumulado ao longo do tempo, ou seja, as próprias lutas internas e externas caracterizam o ritmo de funcionamento de um campo social. “É no decorrer da aceleração do seu ritmo de funcionamento que um campo social se formaliza e aumenta sua visibilidade simbólica” (RODRIGUES, 1990, p. 148). Elucidando essas questões apresentadas pelos autores, podemos identificar a existência de diversas esferas de legitimidade como: o campo religioso, econômico, político, científico ou midiático. Nesse cenário observamos que o jogo existente na política mostra uma diversidade de atores mobilizando o seu capital para conquistar maior visibilidade e projeção simbólica entre os demais componentes do mesmo campo.

Historicamente temos que a partir da Revolução Francesa em 1789, quando a burguesia conquista o poder expulsando a família real do país o campo político tem como marco uma constituição mais diversificada de atores sociais e assim, cada vez mais, deparamo-nos com um número crescente de indivíduos trabalhando e articulando seus capitais neste campo (GOMES, 2004).

Dessa forma, podemos conceber o campo político como o conjunto de atores sociais, não só os representantes do povo na ação política propriamente dita, mas também aqueles que dedicam os seus esforços e o seu tempo para movimentar este cenário. Assim, Gomes (2004, p. 46) complementa este entendimento e assinala que “a imprensa que se relaciona com a política não é um sistema à parte, mas um dos componentes do universo político”. Sob esse entendimento, Sant’Anna (2005) também destaca que o próprio campo profissionaliza-se no sentido de capacitar aquelas que eram apenas fontes jornalísticas e

passa a chamá-las de *Mídia das Fontes*. “Elas atuam de forma semelhante às entidades representativas e grupos de interesse que se apresentam na esfera pública desempenhando o papel de atores políticos” (SANT’ANNA, 2005, p. 3).

No cenário brasileiro atual, observamos a emergência de uma multiplicidade de partidos políticos promovendo a visibilidade de seus representantes, sendo que estes nem sempre são dotados do capital e do *habitus* (BOURDIEU, 2011) específico do campo. Já não se caracteriza como novidade, termos artistas, esportistas, religiosos como candidatos a cargos públicos, ou seja, eles utilizam a visibilidade e a projeção adquirida em seus campos de origem para fazer crer o seu papel na cena política. Nesse sentido, Rodrigues (1990) considera que, tendo em vista que os campos sociais convivem uns com os outros, é natural que dessas interações resultem reflexos que se projetam e atravessam uns aos outros.

É por isso que podemos encontrar, por exemplo, no campo político, dimensões religiosas, militares, econômicas, que o campo religioso integre dimensões políticas, econômicas, pedagógicas, terapêuticas. [...] Um campo é aliás tanto mais forte quanto mais conseguir impor aos outros campos a sua axiologia e quanto maior for o número de campos em que conseguir projectá-la (RODRIGUES, 1990, p. 149).

Na contemporaneidade, é difícil analisar o campo político de forma isolada. Wilson Gomes (2004) alerta-nos para este fato ao sublinhar que a política necessita, sim, do campo midiático como uma arena de debates e visibilidade para seus projetos e atores sociais.

Na concepção de Rodrigues (1990), as competências, lógicas, estratégias e valores dos campos sociais são registrados em protocolos ou gramáticas que se aplicam através de uma forma simbólica exclusiva, garantindo singularidade a cada um deles. O Campo dos *Media* situa-se em posição central na sociedade, organizando a vida coletiva ao seu modo, sendo responsável pela produção dos sentidos e construindo a própria realidade social. Nesse sentido, ao campo dos *media* é delegado um papel de mediação entre os demais campos de uma sociedade, é-lhe creditada uma legitimidade vicária; ou seja, os demais campos necessitam dos *media* para praticar as suas funções expressivas, marcando a sua presença no espaço público e, assim, reconhecem-no como o lugar de visibilidade e notoriedade perante a sociedade em que estão inseridos (RODRIGUES, 1990).

Já na contemporaneidade, o campo midiático pode ser compreendido não só como central em uma sociedade, mas também como matriz, uma vez que as suas lógicas e protocolos acabam sendo incorporados à prática de diversos campos sociais. Essa matriz midiática promove novas formas de sociabilidade, de ser e de estar presente no mundo, reafirmando o papel do campo midiático como referência. Nesse contexto, até mesmo a opinião pública transforma-se, já que ela

[...] torna-se, assim, cada vez mais dependente de um novo campo de legitimidade, o da máquina discursiva dos *media*, campo cada vez mais autônomo dos restantes campos sociais como esfera obrigatória de visibilidade e de notoriedade. Nele todos os restantes campos sociais se refletem como num espelho, não podendo as dimensões da prática social prescindir do seu contributo (RODRIGUES, 1990, p. 42).

Assim, pode-se compreender que o Campo dos *Media*, de alguma forma, acaba por organizar a vida coletiva ao seu modo, sendo responsável pela produção dos sentidos que circulam nas sociedades, construindo a própria realidade social. Na sociedade midiaticizada,

ocorre a disseminação de novos protocolos técnicos em toda extensão da organização social, e de intensificação de processos que vão transformando tecnologias em meios de produção, circulação e recepção de discursos. Já não se trata mais de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organização de processos interacionais entre os campos sociais, mas de constatar que a constituição e o funcionamento da sociedade [...] estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a ‘cultura da mídia’ (FAUSTO NETO, 2007, p.92).

Nesse esquema, nada acontece de forma aleatória ou despreziosa. Determinados campos e atores sociais elaboram, estrategicamente, artifícios para ampliar a absorção das lógicas midiáticas, assumindo a gramática própria das mídias em suas conformações. Ao se apropriarem das lógicas midiáticas (mesmo que não abram mão de suas características específicas), os campos e os atores sociais utilizam-nas no sentido de produzir novas estratégias de sobrevivência no espaço midiaticizado, com a finalidade de obter visibilidade e ganhar relevância no tecido social.

Em tal contexto, a mídia assume, cada vez mais, o seu poder simbólico, uma vez que suas narrativas transitam pelos demais campos (BOURDIEU, 1997). No entanto, a mídia dará visibilidade aos discursos dos demais segundo a sua própria gramática, ofertando aquele conteúdo como verdade absoluta (ROSA, 2002). É nesse jogo de construção das notícias que se tornam mais visíveis as relações de poder, os pactos e disputas, visto que o poder simbólico torna-se mais poderoso onde é menos sentido (BOURDIEU, 2011).

2) A noticiabilidade de escândalos políticos

Sabemos que o fazer jornalístico ocupa-se do relato de fatos de um real histórico determinado, é a referência, a matéria-prima para a construção do acontecimento. Este, por sua vez, ao ser apropriado pelo campo jornalístico, percorre um longo caminho até a sua publicação noticiosa. Segundo Sodré (2009, p. 71), produzir uma notícia “implica a

construção do acontecimento segundo os parâmetros jornalísticos de tratamento do fato [...] comporta apuração de dados e informações, entrevistas, redação e edição de textos.”

Em um cenário assim compreendido, localiza-se um emaranhado estratégico relacional que promove a articulação entre a mídia e os demais campos sociais. Essas estratégias demandam conhecer as relações de poder que se estabelecem, bem como as lógicas e os protocolos da mídia que acabam por constituir-se em estratégias de outros campos sociais, não midiáticos. Essa apropriação apresenta-se como uma forma de garantir visibilidade e, até mesmo, promover novos vínculos com os diversos públicos envolvidos na questão.

Entendendo o acontecimento como sendo este uma perturbação da normalidade cotidiana e que, por sua vez, o jornalismo se apropria desses eventos, constituindo-os em notícia, quando consultamos os estudiosos do jornalismo (ALSINA, 1989; MOUILLAUD, 2002; CHARAUDEAU, 2006; TRAQUINA, 2004; SODRÉ, 2009), é simples constatar que as notícias apresentam um padrão geral e previsível de sua constituição.

A previsibilidade do esquema geral das notícias deve-se à existência de critérios de **noticiabilidade**, isto é, à existência de valores-notícia que os membros da tribo jornalística partilham. Podemos definir o conceito de **noticiabilidade** como um conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Assim, os critérios de **noticiabilidade** são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é suscetível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo “valor-notícia” (*newsworthiness*) (TRAQUINA, 2008, p. 63).

Wolf (1987) e Traquina (2008) dizem que os valores-notícia permeiam todo processo de produção jornalística, desde a seleção dos acontecimentos até o processo de produção da notícia propriamente dita. Ao analisarmos a constituição dos escândalos políticos em notícia observamos como critérios de **noticiabilidade** mais destacados a notoriedade dos atores envolvidos, a inversão da normalidade, a proximidade e a relevância do fato em si. Essas situações são sempre potenciais eventos para a dramatização e, até, por parte da mídia, espetacularização do ocorrido. É um momento de debates acirrados, questionamentos, de culpabilização e de discussão de algo já caracterizado como um campo problemático (QUERÉ, 2005) da sociedade brasileira: a corrupção política.

Cotidianamente, somos bombardeados com uma série de notícias e informações sobre acontecimentos diversos que irrompem no espaço público e que, de alguma forma, despertam interesse da mídia. Todo o processo de construção do acontecimento demandará uma relação com os mais variados públicos midiáticos. Para tanto, nesse processo, inserem-

se atores que colocam em movimento forças e sistemas simbólicos a fim de compor a construção e o sentido da notícia. No momento de construção do acontecimento jornalístico tendo como tema um escândalo político a própria mídia coloca em movimento um jogo de poder no interior do campo político e que por sua vez alcançará os demais campos.

A partir do entendimento sobre a dinâmica de funcionamento dos campos sociais e tendo como enfoque principal o político e o midiático Charaudeau (2008) expõe, em sua obra *Discurso Político*, que a questão do poder já vindo sendo estudada há muito tempo, tendo Platão como o seu primeiro estudioso, depois Kant, até chegarmos a Weber, Arendt, Foucault, Bourdieu e Habermas.

Para Foucault (1995), nossa sociedade é permeada e estruturada através de relações de poder. Mas não entendendo o poder como algo imanente de um certo campo social e sim como algo que penetra e influencia nosso cotidiano, nossas relações. Ao estudar o poder para além de uma lógica da economia, Foucault (1981) refuta a ideia de poder como propriedade, ou seja, este não seria propriedade de alguém, mas seria muito mais uma estratégia⁶. Os efeitos produzidos por esta estratégia são fruto de disposições, manobras, táticas e formas de funcionamento. Sob a perspectiva de interrelação entre um campo e o ambiente é que podemos entendê-la como a essência da estratégia. Sendo assim, em momentos de situações adversas e extensas coberturas midiáticas, é normal que determinado campo social busque conhecer os seus parceiros de trocas para, a partir daí, articular e promover o seu discurso como forma de proteção, resposta ou mecanismo de poder.

Cabe considerarmos que o campo midiático, por sua vez, também não está isento dessas forças e poderes, sendo assim, o que vemos é uma série de notícias que exploram os mais variados ângulos do fato, integram a fala de diversos atores, acrescentam outras informações, resgatam situações passadas e realizam comparações para construir uma versão sobre o acontecimento em questão. Essa versão poderá responder aos seus objetivos, assim como aos objetivos das relações de poder de diversos campos sociais ali estabelecidas.

No campo midiático, a atividade jornalística noticia os fatos do mundo como uma realidade objetiva, isenta de enquadramentos, enfoques ou apagamentos. Aqui, se estabelece outra relação entre aquele que informa e aquele que é informado, em que

⁶ Nesse artigo, assim como Foucault (1981), tomaremos o entendimento de relações de poder como uma estratégia.

podemos identificar o que Bourdieu (1989) chama de poder simbólico. A mídia conquista um lugar de fala dotado de credibilidade e, portanto é

necessário saber descobri-lo onde ele se deixa ver menos, onde ele é mais completamente ignorado, portanto reconhecido: o poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem (BOURDIEU, 2011, p. 7).

O jornalismo ou os *media* não estão frente a frente ao caos do mundo; ao contrário, eles recebem um real já interpretado ou domesticado, como registra Mouillaud (2002), e é nessa percepção e identificação de fatos e acontecimentos que os diversos campos sociais constituem-se como fontes e colaboram na composição do trabalho jornalístico. Aqui, é essencial lembrar que o campo político também trabalhará na própria criação de acontecimentos acerca de determinada notícia, construindo a sua realidade. Da mesma forma, o campo político coloca em prática estratégias que explicitam o seu poder simbólico, além de seu poder de Estado.

É enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que os sistemas simbólicos cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica) dando reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam (BOURDIEU, 2011, p. 11).

Ao contrário do esperado, nem sempre os atores sociais do campo político trabalham pelo benefício coletivo e, assim, a mídia apropria-se de diversos fatos, nominando-os como escândalos políticos. De acordo com Thompson (2002), um escândalo⁷ midiático é um fato revelado através da mídia que trata de atividades desonrosas, encobertas e moralmente condenadas, que, por assim ser, acaba desencadeando o seu desdobramento numa sequência de dias. É como se a mídia se tornasse protagonista dessa história, uma vez que, em nosso cotidiano, por diversas vezes as denúncias vêm à tona pela ação da investigação desse campo.

O escândalo político como um evento midiático, surgiu em um contexto social e histórico onde o poder das organizações da mídia para intervir e influenciar o curso dos acontecimentos foi adquirindo importância cada vez maior e onde a capacidade dos líderes políticos de conseguir exercer o poder foi se tornando cada vez mais dependente dos recursos – incluindo recursos simbólicos como reputação, confiança – que lhes possibilitaria mobilizar apoio (THOMPSON, 2002, p. 314).

⁷ Segundo Thompson (2002, p. 40) “escândalo é empregado hoje primariamente para descrever uma forma mais geral de transgressão moral, uma forma que não está mais ligada especificamente a códigos religiosos”. Ainda vale lembrar que ao falar em moral o autor faz referência a um conjunto de valor e normas de uma determinada sociedade, ou seja, eles “estão sempre inseridos em relações de poder; eles estruturam a vida social de tal modo que permitem certos tipos de atividade e excluem ou proíbem outros (ou os forçam a tornarem-se clandestinos)” (THOMPSON, 2002, p. 43).

A força do ator político envolvido nesse acontecimento reside tanto na credibilidade que o grupo deposita nele, ou da posição que ele ocupa no grupo, quanto da sua relação com os seus eleitores. Dessa maneira, esse ator torna-se

especialmente vulnerável à suspeitas, às calúnias, ao escândalo, em resumo, tudo que ameaça a crença, a confiança, fazendo aparecer a luz do dia os atos e ditos secretos, escondidos, do presente e do passado, os quais são próprios para desmentir os actos e os ditos presentes e para desacreditar o seu autor (BOURDIEU, 2011, 188-189).

Sob essa mesma perspectiva, podemos elucidar ainda a ideia de capital social proposta por Bourdieu (2011). O volume de capital social que um ator político poderá dispor depende da extensão da rede de relações que ele pode, efetivamente, mobilizar e do volume de capital que é posse daqueles a quem está ligado. É aqui que podemos visualizar os acordos e as disputas na noticiabilidade de escândalos políticos. O campo político também é consumidor de produtos midiáticos e a mídia também depende deste primeiro para compor as suas pautas.

3) A mídia na política e a política na mídia: reflexões iniciais

Em meio à elaboração de uma notícia, diversas relações se estabelecem, sendo que cada campo social elabora o seu discurso, influencia e promove acontecimentos de tal



forma que podem ocorrer trocas – pactos – ou concorrência de forças – disputas. Bourdieu (2011) já chamava atenção para a não arbitrariedade da produção simbólica na vida social. A ideia do sociólogo francês era que a quantidade de publicações funciona sob um caráter que busca legitimar as forças dominantes, que passam a expressar valores e padrões dominantes como o que é bom e ruim, honesto e desonesto e assim por diante. Nessas relações entre os campos, observamos que tanto de um lado, quanto de outro, buscam-se efetivar estratégias a fim de transformar o fazer ver e o fazer crer na realidade de uma dada sociedade. Ao acompanhar a Comissão

Carta Capital de 09 de maio de 2012

Parlamentar de Inquérito do Mensalão⁸, a sociedade brasileira neste ano de 2012, se viu surpresa quando um dos títulos mais tradicionais em Revista Semanal esteve envolvido nas denúncias deste escândalo. De acordo com os depoimentos prestados à Polícia Federal, o bicheiro Carlinhos Cachoeira teria influência nas pautas e denúncias feitas pela Revista Veja. Além disso o veículo de comunicação também serviria de argumento para chantagens e favorecimentos exigidos por Cachoeira. Conforme podemos observar na imagem ao lado, a Revista Carta Capital noticiou a participação da Revista Veja neste escândalo, mencionando um outro, o caso Murdoch⁹.

Nesse contexto, presenciamos os dois campos (político e midiático) muito próximos e até dependentes um do outro. Se resgatarmos o histórico dessa relação, verificaremos que, durante o período absolutista, o poder estava centrado nas mãos de uma única família, passando de geração em geração, os indivíduos pouco se manifestavam sobre os seus mandantes. Em tal contexto, os tipos de mídia que existiam dedicavam-se a exaltar uma imagem positiva dos soberanos. Hoje, já temos um cenário diverso, quando teoricamente o campo midiático torna-se autônomo em relação aos demais, selecionando fatos, apurando e investigando informações e ouvindo diversas fontes. Observando as capas das duas revistas percebemos na Carta Capital uma controvérsia dentro do próprio campo midiático, uma vez que esta questiona e expõe a Veja. Como já abordamos com Bourdieu (2011) esse jogo se dá como uma disputa interna ao campo, onde se coloca em movimento valores como credibilidade, objetividade, defesa do interesse público, entre outros, impactando diretamente o poder simbólico da Revista Veja. Esta por sua vez, em sua capa enfoca os demais atores do campo político envolvidos no escândalo, ou seja, trata o escândalo político dentro do campo político, ausentando-se das denúncias feitas.

⁸ “O neologismo mensalão, popularizado pelo então deputado federal Roberto Jefferson em entrevista que deu ressonância nacional ao escândalo, é uma variante da palavra "mensalidade" usada para se referir a uma suposta "mesada" paga a deputados para votarem a favor de projetos de interesse do Poder Executivo. Segundo o deputado, o termo já era comum nos bastidores da política entre os parlamentares para designar essa prática ilegal. Jefferson acusou o então Ministro da Casa Civil José Dirceu de ser o mentor do esquema. A palavra ‘mensalão’ foi então adotada pela mídia para se referir ao caso. A primeira vez que a palavra foi grafada em um veículo de comunicação de grande reputação nacional ocorreu no jornal Folha de S.Paulo, na matéria do dia 6 de junho de 2005”. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Esc%C3%A2ndalo_do_mensal%C3%A3o#O_mensal.C3.A3o
Acesso em: 08 de junho de 2012.

⁹ O escândalo Murdoch se deu após o conhecimento dos métodos de coleta de informações pelo jornal *News of the World* através de escutas telefônicas ilegais. “A polícia suspeita que o *News of The World* procedeu escutas ilegais de centenas de pessoas para obter furos de reportagem”. Disponível em: <http://noticias.terra.com.br/mundo/noticias/0,,OI5823633-EI8142,00-Cameron+comparecera+a+comissao+que+investiga+imprensa+britanica.html>
Acesso em: 08 de junho de 2012.

Colocando campo político e midiático em interação, observamos as relações/estratégias de poder como forças que perpassam não só esses dois campos, mas



Veja de 09 de maio de 2012

também promovem reflexos (RODRIGUES, 1990) em outros tantos. Assim, as relações estabelecidas acabam por expressar não apenas manifestações de um ou outro, mas promovem a abertura de possíveis respostas, reações, efeitos, construções de acontecimentos e até mesmo a promoção de determinadas notícias independente dos atores sociais envolvidos.

Não é nossa intenção aqui discorrer exaustivamente sobre o caso apresentado, mas sim dar início a um período de reflexão sobre este e outros tantos escândalos publicizados pela mídia. No exemplo citado fica clara uma articulação estratégica que extrapola e perpassa tanto o campo

político, midiático, quanto o econômico. Como argumenta Foucault (1995), o poder não é algo imanente de um determinado campo, mas é algo que perpassa as relações, no caso do escândalo Cachoeira vemos a mídia na política e a política na mídia.

Tendo em vista o ideal da prática midiática como uma instância guardiã do interesse público, esses escândalos passam a ocupar as pautas dos noticiários por uma sequência de dias. É uma constante elaboração, reelaboração e apresentação de novas informações que, na sociedade midiaticizada, ampliam a sua esfera de debate e visibilidade. Sendo assim, entendemos que se sobressai, nesse patamar de cobertura noticiosa, uma relação ora tensa, contraditória e, ora consensual ou de amenidades entre esses dois campos; o midiático e o político.

No entanto, em relação à atuação do campo midiático, podemos realizar questionamentos como: qual o papel da mídia na mídia? Porque dedicar minutos ou diversas páginas de um noticiário por dias para uma mesma questão? Trata-se de apenas enumerar denúncias? Legitimar o poder simbólico midiático como o local de fala isento da influência de outros tipos de poder e forças, inclusive políticas?

De acordo com Fausto Neto (2007) na sociedade em que nos encontramos a mídia se torna um campo autônomo em relação aos demais, então é preciso atentar-se para a

mesma não se tornar tão autônoma a ponto de ser parte de um escândalo. Partindo da finalidade midiática de “fazer saber” (CHARAUDEAU, 2006) à população sobre acontecimentos do espaço público, torna-se cada dia mais necessário que o campo midiático não apenas dê a conhecer as suas notícias, mas, ao mesmo tempo, trabalhe no sentido de promover a compreensão dos fatos. Este também pode ser um percurso de educar para ler a mídia.

Referências Bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 15ª Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

_____, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

_____, Pierre. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. São Paulo, Contexto, 2008.

_____, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

FAUSTO NETO, Antônio. Jornalismo: sensibilidade e complexidade. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, p.17-30, dez. 2009.

_____. Fragmentos de uma "analítica" da midiaticização. **Revista Matrizes**, v. 1, p. 89-105, 2007.

_____. Midiaticização, prática social – prática de sentido. In: PROSUL, **Encontro da Rede**. Comunicação, Sociedade e Sentido. São Leopoldo: Unisinos, 09/12/2005 e 06/01/2006.

FOUCAULT, Michel. **O sujeito e o poder**. In: RABINOW, P.; DREYFUSS, H. Michel Foucault: uma trajetória filosófica. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

_____, Michael. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1981.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). **O jornal: da forma ao sentido**. 2. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

QUÉRÉ, Louis. Entre o facto e sentido: a dualidade do acontecimento. In: **Trajectos, Revista de Comunicação, Cultura e Educação**, n. 6, Lisboa, ISCTE, Casa das Letras, 2005.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da Comunicação**. Questão Comunicacional e Formas de Sociabilidade. Lisboa: Presença, 1990.

ROSA, Rosane. **A natureza e os limites dos discursos jornalísticos**. In: INTERCOM – CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXV., Salvador, 1 - 5 set., 2002.

SANT'ANNA, Francisco. **A mídia das fontes: o difusor do jornalismo corporativo**. BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Universidade da Beira Interior - Covilhã – Portugal, 2005.

SODRÉ, Muniz. **A Narração do Fato**. Notas para uma teoria do Acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2009

_____. **Antropológica do Espelho: Uma teoria da comunicação linear e em rede**. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2008.

_____, John. **O escândalo político**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

TRAQUINA, Nelson, **Teorias do Jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2008. 2v.

_____. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004. 1v.