

RESENHA DE MIGUEL, LUIS FELIPE. OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO
E A PRÁTICA POLÍTICA, *LUA NOVA*, Nº 55-56,
SÃO PAULO, 2002, P. 155-184

Fabício Ferreira de Medeiros¹

Os meios de comunicação exercem alguma influência sobre a política, e se assim ocorre, até que grau? O contrário também poderia ser verdadeiro? Qual é, por outro lado, a autonomia da mídia e da política, em sua definição e funcionamento? Qual é a importância dos meios de comunicação para a construção do poder simbólico dos agentes políticos e destes para com os jornalistas? Procurando responder a estas e a outras perguntas, o cientista político Luis Felipe Miguel desenvolve uma análise das relações entre os meios de comunicação e a prática (ou *práxis*) política, tendo como referência as sociedades democráticas contemporâneas, as possibilidades de representação (e inclusão, conseqüentemente) na sociedade política e o poder da mídia sobre a opinião pública.

Para tanto, o autor adota a ideia de *campo*, que em Pierre Bourdieu, corresponde a “[...] um sistema de relações sociais que estabelece como legítimos certos objetivos, que assim se impõem ‘naturalmente’ aos agentes que dele participam”. Desenvolve-se, conseqüentemente, ainda na interpretação que Miguel faz de Bourdieu, um novo tipo de *habitus* (MIGUEL, 2002, p. 157).

Miguel inicia sua argumentação chamando a atenção para um problema, a saber, a falta de interesse que mostra a ciência política, ao menos até os anos 2000, em colocar os meios de comunicação de massa no centro da análise política. No mais, os poucos estudos dedicados a este assunto, comumente, caem no erro de tratar os meios de comunicação como “meros transmissores dos discursos dos agentes e das informações sobre a realidade, neutros e portanto negligenciáveis” – visão que a própria mídia cria para si (MIGUEL, 2002, p. 156).

Miguel afirma ser necessário reconhecer, por outro lado, “[...] que a mídia é um fator central da vida política contemporânea e que *não é possível mudar este fato*” (MIGUEL, 2002, p. 158). Sua afirmação, ou pressuposto, como queira o leitor, relaciona-se, conseqüentemente – e dada a expansão dos meios de comunicação no século XX – com a

¹ Graduando em História pela Fundação Educacional Unificada Campograndense (FEUC) e pesquisador-bolsista do subprojeto de História, “A História e o seu Ensino: dos diferentes saberes às diferentes práticas”, do Programa Institucional de Bolsa de Iniciação à Docência (PIBID/CAPES).

posição ocupada pela mídia na resolução de conflitos dentro de um *demos* heterogêneo e democrático, em que a contradição dos diversos interesses se justapõe “[...] a necessidade, comum a todas as sociedades, de manter um mínimo de unidade entre seus integrantes” (MIGUEL, 2002, p. 160).

E se a divisão entre governantes e governados é uma dado que não se pode ignorar (MIGUEL, 2002, p. 162), a centralidade da mídia nas sociedades modernas, como “[...] principal instrumento de difusão das visões de mundo e dos projetos políticos [...]” coloca o problema da *representação política* na ordem do dia, uma vez que

[...] os discursos que ela veicula não esgotam a pluralidade de perspectivas e interesses presente na sociedade. As vozes que se fazem ouvir na mídia são *representantes* das vozes da sociedade, mas esta representação possui um viés. (MIGUEL, 2002, p. 163)

Portanto, nem os meios de comunicação são inclusivos, nem se pode dizer que são neutros. Deste modo, o monopólio do capital político, que se forma com ar de naturalidade e reconhecimento tácito, por parte dos governados (Ibidem, p. 162), aparece com um contrapeso à democratização da sociedade (Ibidem, p. 164) – o que coloca a importância de pesquisas dedicadas a este tema.

Tal como o defendido por Bourdieu em seu livro, *O poder simbólico*, o campo político é ‘o lugar em que se geram, na concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, produtos políticos, problemas, programas, análises, comentários, conceitos, acontecimentos, entre os quais, os cidadãos comuns, reduzidos ao estatuto de ‘consumidores’, devem escolher’ (BOURDIEU, 1990, p. 164 *apud* MIGUEL, 2002, p. 166).

Sobre os limites entre a mídia e a política, afirma Miguel, há uma relação de troca, de influências e resistências recíprocas, mas que não excluem as especificidades e autonomia de ambos os campos (MIGUEL, 2002, p. 167).

Em seguida, o autor ressalta a capacidade que a mídia tem de dar visibilidade ou marginalidade a determinados assuntos, portanto, de criar uma *pauta de discussão pública*, que, por sua vez, exerce impacto não só sobre os cidadãos comuns, “[...] que tende[m] a entender como mais importantes as questões destacadas pelos meios de comunicação, mas também no comportamento dos líderes políticos e de funcionários públicos, que se veem na obrigação de dar uma resposta àquelas questões (MIGUEL, 2002, pp. 170-1; grifo meu).

Por conseguinte, L. F. Miguel atribui um grau maior de submissão dos agentes políticos aos meios de comunicação, quando estes se encontram “na periferia” do jogo político, sendo, portanto, “[...] mais fortemente constrangidos a introjetar os critérios midiáticos de apreciação da realidade e procurar a ação espetacular, como forma de romper a

cortina da indiferença e, assim, incluir um novo item na agenda pública” (MIGUEL, 2002, p. 172). No entanto, o inverso também é verdadeiro, ou seja, quanto maior é o capital político do agente, maior é sua capacidade de influir sobre “[...] o noticiário (e, por conseguinte, a agenda pública) através de entrevistas e declarações” (MIGUEL, 2002, p. 173).

Ainda que aos diferentes campos (político e midiático) sejam reservadas suas respectivas autonomias de definição e funcionamento, (mas não sem constrangimentos externos, como é o caso dos interesses econômicos em ambas as esferas), percebe o autor que um campo pode contribuir para a fixação do outro, a exemplo do “noticiário jornalístico, com sua ênfase na disputa por cargos e nas estratégias de partidos e líderes, [que] contribui fortemente para fixar um campo político centrado sobre si mesmo, que se referencia apenas pela conquista do poder” (MIGUEL, 2002, pp. 174-5). Uma restrição (consciente) do que é *política*, que, sem dúvida, não serve bem à cidadania e ao esclarecimento das massas.

No entender de Miguel e de outros pesquisadores, portanto, “(...) entre a imprensa e os governantes, permanece uma divisão do trabalho. Os jornalistas definem o que é interessante, mas são as autoridades que indicam o que é importante” (COOK, 1998, p. 5 *apud* MIGUEL, 2002, p. 175). Ainda que a mídia atue sobre o campo político, são os agentes deste que determinam *o que é o político* (MIGUEL, 2002, p. 175).

Quanto ao funcionamento do campo midiático, e mais precisamente quanto ao jornalismo, Miguel define como fonte jornalística “Qualquer indivíduo que proporcione dados para a elaboração de uma reportagem [...]”. Daí surge noções tais como: *permanência da fonte*, *exclusivismo* e *garantia de anonimato* que, sendo bem exploradas pelo jornalista, contribuem para a produção de capital simbólico dentro desse campo de trabalho. A grosso modo, para o jornalista ser bem conceituado entre seus pares é preciso estar bem informado (MIGUEL, 2002, p. 176).

De qualquer forma, a relação que se cria entre o agente político e o jornalista não pode se afastar do benefício mútuo. “(...) Os dois agentes permanecem vinculados a seus próprios campos e buscam a ampliação de seus capitais simbólicos específicos. No entanto, suas ações repercutem mutuamente, o que os obriga a, de alguma maneira, incorporar a lógica do outro em seu cálculo” (MIGUEL, 2002, p. 177).

Por fim, em título de conclusão, Luis Felipe Miguel adverte sobre a imparcialidade própria dos meios de comunicação. Trata-se de “[...] penetras que perturbam uma atividade política que, no fundamental, ocorre sem eles [...] São agentes políticos plenos e, com a força de sua influência, reorganizam todo o jogo político” (MIGUEL, 2002, p. 180).

Além disso, Miguel frisa a complexidade deste jogo de orientações recíprocas, apontando que não é tão simples afirmar a submissão ou a abstenção total (posições mais radicais) dos interesses de um campo sobre o outro. Na verdade, “Há um processo permanentemente tensionado de embate entre as lógicas do campo midiático e do campo político, que necessita ser observado em detalhe e dentro de sua complexidade”. Mas, “[...] Como hipótese geral, é possível dizer que, quanto menor o volume de capital político (ou quanto mais marginal for a posição no campo político, o que significa a mesma coisa), maior é a dependência em relação à mídia”. E o contrário também é verdadeiro, ou seja, quanto maior for a incidência de reconhecimento conquistado via entretenimento ou jornalismo, “menores [são] as chances de êxito em disputas por cargos-chave. E quanto mais elevadas as posições de poder que se pretende alcançar, maior a necessidade de visibilidade nos meios de comunicação” (MIGUEL, 2002, p. 180).

Em suma, o artigo de Luis Felipe Miguel é uma tentativa de (re)direcionar os olhares dos interessados nos temas *Democracia, Mídia* ou, simplesmente, na *Política*, para um dos aspectos mais importantes e, paradoxalmente, até então, pouco estudado no Brasil, a saber, as relações entre a mídia e a prática política.

Ainda que desde o ano da publicação do artigo de Miguel (2002) até os dias atuais tenham surgido alguns trabalhos interessantes, a exemplo do artigo *Mídia, poder e democracia*, de Francisco Fonseca (2011), ou as *Batalhas de O Globo (1989-2002): o neoliberalismo em questão*, tese de doutorado de João Braga Arêas (2012), permanecem a originalidade e a qualidade do presente texto, indispensável para quem deseja se debruçar sobre a temática, ou, simplesmente, para quem tem curiosidade, assim como eu, de compreender melhor que desafios tem pela frente a democracia, em especial, a brasileira.