

A comunicação fraturada: a mídia brasileira no contexto A comunicação fraturada: a mídia brasileira no contexto.

Grijó, Luiz Alberto.

Cita:

Grijó, Luiz Alberto (2011). *A comunicação fraturada: a mídia brasileira no contexto A comunicação fraturada: a mídia brasileira no contexto. XIII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia de la Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Catamarca, Catamarca.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-071/444>

Número de la mesa: Mesa 71.

Título de la mesa: Historia, medios, cultura y sociedad. Argentina desde fines del siglo XIX hasta la actualidad.

Apellido y nombre de las coordinadoras: Rey, Ana Lía; Juárez, Laura.

Título de la ponencia: A comunicação fraturada: a mídia brasileira no contexto contemporâneo.

Apellido y nombre del autor: Grijó, Luiz Alberto.

Pertenencia institucional: Professor e pesquisador do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, RS, Brasil. Doutor em História Social pela Universidade Federal Fluminense.

Documento de identidad: 1020626865 (SSP/RS, Brasil).

Correo electrónico: lgrijo@uol.com.br.

Autorización para publicar: Autorizo la publicación.

Pierre Bourdieu, enfocando a produção midiática francesa, analisou as características do que identificou como "campo jornalístico"¹. O conceito de campo para o sociólogo francês remete a espaços sociais que devem ser encarados cada qual como um "microcosmo que tem leis próprias e que é definido por sua posição no mundo global e pelas atrações e repulsões que sofre da parte dos outros microcosmos"². Os campos, relativamente uns aos outros, possuem autonomias que os especificam, o que significa dizer que, no caso aqui em pauta, as disputas e os interesses que se desenrolam e se colocam em nome ou em função da lucratividade econômica ou dos posicionamentos ideológicos, por exemplo, no espaço da produção jornalística são transmutados em disputa propriamente jornalística. Por outro lado, os agentes, para conquistarem posições em um campo social determinado devem lançar mão de recursos tidos como legítimos nas disputas dentro dele próprio: no jornalismo, por exemplo, demonstrar tirocínio na produção de matérias, portar-se como se espera frente a uma câmera, reportar por escrito, imagem e/ou voz de acordo com os padrões aceitos pelas empresas e pelos colegas de ofício, se tornar conhecido e reconhecido pela competência específica, tanto entre os especialistas quanto entre os profanos.

¹ Ver BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1997.

² Idem, p. 55.

O que desenvolvo a seguir é uma discussão a respeito dos meios de comunicação social no Brasil atual que tem como ponto de partida as contribuições de Pierre Bourdieu e como pano de fundo principal a questão da autonomia relativa deste espaço social de produção de bens simbólicos e de lucratividade econômica. Para isso vou me ater a um episódio ocorrido no período da campanha eleitoral de 2010, a qual culminou com a eleição da presidenta Dilma Rousseff em segundo turno em 31 de outubro, que ficou conhecido como "caso da bolinha de papel" e envolveu diretamente os meios de comunicação sociais brasileiros.

Os inícios das mídias no Brasil se situam no século XIX, no momento do processo de separação política de Portugal. Desde então o modelo explicitamente seguido era o europeu, e o jornalismo propriamente dito se desenvolvia em jornais, pasquins, revistas e semelhantes. Com o tempo, as mídias se foram diversificando e o modelo europeu substituído pelo norte-americano. Mais recentemente as companhias midiáticas desenvolveram padrões empresariais muito sólidos no sentido da mercantilização dos seus produtos, formação técnica de seu pessoal e do gerenciamento administrativo dos seus negócios³. Porém e ao mesmo tempo, essas empresas não têm conseguido impor a si mesmas um modo próprio de produção, ficando reféns de outras lógicas, como a puramente mercantil, aqui associada à busca por índices de audiência, o que se reflete em quantidade de anúncios e em ingresso de receita, quanto a puramente político-partidária. Ou seja, se percebe que no caso brasileiro historicamente se foram constituindo inúmeros entraves a uma autonomia específica do mundo da produção midiática, à formação de um "campo jornalístico".

Esse me parece ser o ponto essencial da questão. Muito embora nos aspectos tecnológicos, administrativos, financeiros e de posicionamento em termos de mercado as empresas jornalísticas tenham seguido o padrão dos países centrais, uma série de outros condicionantes se impuseram para que o que se poderia chamar de campo jornalístico pudesse de fato se ter objetivado.

Isso fica claro em momentos de crise. Não necessariamente grandes e profundas crises econômicas ou políticas, mas crises pontuais de relacionamento entre parte das grandes empresas oligopolizantes de mídia e os governos de municípios, estados ou do país. E foi isso

³ Ver MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tânia Regina de (orgs.). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo, Contexto, 2008.

que ocorreu no processo eleitoral de 2010, no qual estavam em jogo as cadeiras dos legislativos estaduais e federais, entre elas duas por estado para o Senado, e mais os cargos de governadores e vices estaduais e presidente e vice da República, pelo que esse se torna um momento privilegiado para a análise aqui proposta.

De um lado, o presidente Lula e seus apoiadores que pretendiam eleger a candidata Dilma Rousseff à presidência da República, e de outro seus opositores, concentrados em duas candidaturas, José Serra, que foi ao segundo turno e é vinculado ao governo de Fernando Henrique Cardoso, antecessor de Lula, e Marina Silva, ex-ministra de Lula rompida com o governo. Os primeiros explicitamente se manifestando no sentido de que o que chamavam "grande mídia" era em peso "oposicionista", "lacerdista" – uma referência ao político e jornalista Carlos Lacerda, o qual fazia uma oposição tida como "direitista", "entreguista" e "inescrupulosa" pelas esquerdas nos anos 1950-60 –, "golpista" e "serrista" – uma referência ao candidato de oposição. Por outro lado, os contrários ao governo Lula se apressavam em defender o que chamavam de "liberdade de imprensa" contra o suposto "autoritarismo", "stalinismo", "totalitarismo", "chavismo" – uma referência ao presidente da Venezuela Hugo Chavez, o qual teria "manietado" a mídia em seu país – e outros "ismos" semelhantes que identificavam no governo.

Note-se que esses termos não pautaram a campanha eleitoral de modo geral, nos programas dos horários eleitorais no rádio e na televisão, a qual findou por se centrar em temas enviesados como aborto, convicções religiosas, "histórico" deste ou daquele candidato, acusações pessoais mútuas, no carisma associado ao presidente Lula que se retirava. Porém, em certos meios de comunicação, como jornais de elite e revistas semanais de análise e opinião, em colunas de comentaristas e analistas políticos, e, especificamente, na internet esse repertório esteve muito presente. E foi ele que pautou uma discussão mais circunscrita àqueles com maiores níveis de educação formal e de recursos econômicos que, antes de mais nada, têm acesso aos meios especializados e à própria internet e, além disso, dispõem de tempo livre para acompanhá-la e dela participar, mesmo como espectadores. Mesmo assim, a julgar pelo volume de material produzido e divulgado com essas características, os lados em disputa não negligenciaram essa discussão em nenhum momento, pelo contrário. Por exemplo, alguns artistas "respeitados" se posicionaram em declarações à imprensa ou, inclusive, assinaram sítios ou blogs na internet, como, do lado de José Serra, o ator Carlos Vereza⁴, ou, do lado do governo, o cantor, compositor e escritor Chico Buarque de Holanda.

⁴ *Nas veredas do Vereza*, <http://carlosverezablog.blogspot.com>.

Independentemente do mérito específico, algo como uma busca por quem teria razão, se a "grande mídia" foi ou não "golpista" ou "serrista", o que interessa aqui é a disputa em si. Claro que na análise desta algumas posições se clarificam, mas não é o objetivo aqui provar os graus de engajamento desse ou daquele nesta ou naquela posição político-partidária. O que fica claro é que a própria definição de jornalismo está tão atrelada ao engajamento em si, não importando o lado, que aquilo que é explicitamente proclamado em editoriais e em posições de seus profissionais, a suposta independência, imparcialidade e objetividade dos veículos das grandes empresas, ou não, de mídia, não se verifica na prática.

Neste sentido, é sabido que alguns jornais norte-americanos, por exemplo, costumam editorialmente posicionar-se quando dos pleitos eleitorais. Isso, porém, sem prejuízo ou interferência maiores na prática jornalística em si dos profissionais e dos veículos. Na França, por outro lado, muitos periódicos se identificam com essa ou aquela posição político-ideológica e isso é explicitamente expresso por eles mesmos e reconhecido pelos cidadãos em geral, o que também não impede o exercício jornalístico em bases próprias, como muito bem mostra o próprio Bourdieu⁵. O que ocorre no caso brasileiro é que o discurso do profissionalismo, o qual contempla as questões da independência, imparcialidade e objetividade, juntamente com a "missão" auto-apregoadas pelas empresas de comunicação de levar à "opinião pública" a suposta "verdade dos fatos", a "informação" e se erigirem em baluarte e bastião da "liberdade de expressão" e da "democracia"⁶, finda por se tornar uma cortina de fumaça que não exatamente encobre, mas funde e confunde o que seriam especificidades e interesses jornalístico-empresariais com os político-partidários e com a ideologia atualmente dominante conhecida como neoliberal.

Sem me aprofundar na conhecida dinâmica político-social da América Latina em geral e do Brasil em especial, cabem algumas referências que permitem situar melhor o lugar dos embates eleitorais nesses casos. Recentemente saídos de períodos nos quais as eleições ou estiveram suspensas ou eram limitadas enquanto mecanismo de seleção dos agentes político-administrativos, o princípio representativo e os mecanismos eleitorais, nos últimos anos, voltaram a ganhar peso formal, institucionalizados que foram no momento das chamadas redemocratizações. Isso, porém, não significou que tal princípio e os mecanismos citados, os

⁵ BOURDIEU, Pierre, 1997, op. cit..

⁶ Ver primeiro editorial, *Zero Hora*, 07 de fevereiro de 2011, p. 14.

quais foram inscritos em Constituições e leis ordinárias, de fato se objetivassem enquanto tais. Muito do que Badie e Hermet chamam de "parlamento como simulacro" se mantém ainda hoje, de modo que o pessoal selecionado "democraticamente" por meio de sufrágios é em grande parte escolhido não como representantes de grupos sociais ou mesmo de circunscrições geográficas, mas em função de outros condicionantes, como sua capacidade de redistribuir benesses, controlar redes clientelísticas, se credenciar carismaticamente e/ou se constituir em líder populista⁷.

Como muitos dos recursos passíveis de redistribuição são originalmente públicos – recursos econômico-financeiros, jurídico-policiais, institucionais e simbólicos –, a disputa pelo seu controle assume contornos de extrema violência. À diferença do que ocorria em tempos mais recuados, quando essa violência era precipuamente física e direta, atualmente os mecanismos da violência simbólica se impõem. Eventualmente, não ocorrem mais os duelos de honra, mas a forma que assumem os ataques recíprocos entre candidatos e seus apoiadores é de um personalismo exacerbado. Os lados não buscam se afirmar a partir de programas e posicionamentos em termos de filosofia de administração ou ideologia, mas procuram se situar a partir da tentativa de desacreditar o adversário, buscando fazer-creer ser ele um escroque, fraco, incompetente, ateu, mentiroso, guerrilheiro desalmado, vendido, ladrão, etc..

Os meios de comunicação, por seu turno, ao invés de buscarem um lugar jornalisticamente equidistante às posições que se manifestam, findam por reproduzir internamente e entre si próprios o jogo destas mesmas posições relativas tal qual aparecem na disputa político-eleitoral. Neste sentido, o caso da "bolinha de papel", ocorrido durante a mais recente campanha eleitoral no Brasil, é significativo.

Quarta-feira (*miércoles*), 20 de outubro. O candidato de oposição ao governo Lula, José Serra, acompanhado de diversos apoiadores fazia uma caminhada em Campo Grande, no Rio de Janeiro. No trajeto a comitiva foi interceptada por apoiadores da candidata governista Dilma Russeff, sindicalistas identificados com o Partido dos Trabalhadores (PT), ao qual pertencem Lula e Dilma. O resultado foi um tumulto com empurrões, correrias, casas de comércio fechando as portas, tapas e trocas de insultos, objetos arremessados. José Serra teria

⁷ Ver BADIE, Bertrand; HERMET, Guy. *Política comparada*. México, Fondo de Cultura Económica, 1993, especialmente o capítulo III, Las dinámicas huérfanas, pp. 147-212. Sobre a política como representação, ver BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil/DIFEL, 1989, especialmente o capítulo VII, A representação política – elementos para uma teoria do campo político, pp. 163-207.

sido atingido por algum desses objetos e foi encaminhado a um hospital de elite na zona sul da cidade. Atendido por um médico que é seu aliado político-partidário, foi paciente de uma tomografia computadorizada a fim de averiguar possíveis lesões. No dia seguinte o candidato retomou os compromissos de campanha normalmente.

Estavam presentes no ocorrido alguns jornalistas, sendo que as emissoras de televisão registraram imagens de excertos da confusão. Na mesma noite os telejornais apresentaram suas matérias a respeito⁸. O Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão, o de maior audiência no país, apresentou a versão segundo a qual José Serra teria sido atingido na cabeça por um objeto "pesado" atirado pelos manifestantes ligados ao PT. Por isto fora levado ao atendimento médico. Entrevistado, o candidato se disse contra a violência e o ódio e que para ele a política não é uma disputa entre inimigos, mas sim adversários. Na mesma noite, o Jornal SBT Brasil, do Sistema Brasileiro de Televisão, apresentou uma outra versão. No momento em que o tumulto entre os apoiadores de um e outro lado se desenrolava, o cinegrafista da Rede Globo apontou a câmera para o tumulto, enquanto que o do SBT permaneceu focado em Serra. Pode assim registrar o momento no qual o candidato é claramente atingido na cabeça por uma bolinha de papel. Na seqüência a reportagem do SBT apontava que Serra se recolhera a uma van, lá permanecendo por alguns minutos, mas voltando a sair para continuar a caminhada. Ainda segundo o SBT, Serra teria recebido um telefonema e só depois passado as mãos pela cabeça – uma foto foi tirada desse momento e publicada em jornais e sítios na internet –, na qual não havia "um ferimento aparente". Foi então que teria se "sentido mal" e fora encaminhado ao hospital. Reportagens de outros veículos, como a Rede Record, se aproximavam da versão do SBT.

Na manhã seguinte, o presidente Lula, instado por jornalistas a comentar o episódio, disse que Serra estaria "mentindo" ao simular uma lesão, como o fizera o goleiro da seleção chilena Roberto Rojas, o qual fingira ter sido atingido por um fogo de artifício durante jogo entre as seleções do Brasil e a sua no estádio Maracanã, Rio de Janeiro, em 1989. Nesse tempo já circulava pela internet muito material, em grande parte jocoso, apontando o que era tido como tentativa de "manipulação" da Rede Globo e do candidato Serra.

À noite o Jornal Nacional gastou sete minutos para reforçar a versão que apresentara no dia anterior. Iniciada com a manifestação de Lula, a matéria não negava que José Serra tivesse sido atingido por uma bolinha de papel, mas esse não teria sido o único objeto a atingir a cabeça do candidato. A reportagem apresentava imagens muito precárias feitas desde um

⁸ No site *You-Tube* se encontra o material dos telejornais a respeito do caso.

celular de um repórter do jornal *Folha de São Paulo* que mostrariam um outro objeto atingindo a cabeça de Serra, um possível rolo de fita crepe. Ressalte-se que, ao menos para mim, mas também para a maioria que se manifestou a respeito, vendo as imagens, isso não fica de modo algum claro. Mas um "especialista", o "perito Ricardo Molina", foi apresentado na matéria para certificar o suposto fato. Ele é mostrado cientificamente sentado frente a um computador e segurando em uma das mãos um rolo de fita crepe cheio. A reportagem se encerra com o candidato José Serra dando novamente a sua versão do ocorrido e atacando o presidente Lula, o qual estaria, segundo ele, endossando "a violência".

No dia seguinte um professor da área de comunicação social da Universidade Federal de Santa Maria divulgou em seu sítio na internet uma outra versão que demonstraria que a versão do dia anterior apresentada pela Rede Globo, a das imagens do celular do repórter, seria uma montagem. Para o professor, "é inconcebível que a grande imprensa, sofrendo há muito com as mudanças provocadas pela digitalização, tente enganar seu digitalizado público com armações grotescas como esta aprontada pelo Jornal Nacional de 2010-10-22, com ajuda da Folha.com e do repórter Ítalo Nogueira"⁹.

No dia 27 de outubro a revista semanal *Veja*, controlada pelo grupo de mídia Abril e explicitamente anti-governista¹⁰, apresentou uma reportagem sobre o episódio. Intitulada "pau na democracia"¹¹, destacava na abertura: "Militantes ensandecidos, agressão física contra José Serra e, por fim, o destempero de Lula. Na base ou no topo, o PT não conhece limites". A reportagem assinada por um dos doze editores da revista¹², Fábio Portela, inicia referindo o "debate" aberto em torno do episódio, mas logo sentencia de que lado se situava: "Por fim, a Rede Globo, recorrendo às normas do bom jornalismo, repôs a verdade que o mau jornalismo do SBT surrupiara ao colocar no ar cenas do ocorrido flagrante e maliciosamente editadas." Em seguida, após um quase bíblico "eis a verdade", a reportagem reproduz a versão da Rede Globo, avalizando-a como a sua própria, e cita ainda o testemunho de Fernando Gabeira, um

⁹ ROCHA, José Antonio Meira da. In: Site *Carta Capital*: <http://www.cartacapital.com.br/politica/serra-e-a-fita-crepe-questionada-autenticidade-de-video-da-globo>. Acessado em 08/02/2011. Postado em 22 de outubro de 2010.

¹⁰ É notória no Brasil essa posição da revista. Com exemplo, cito o editorial que chegou a comparar as posições do partido da candidata Dilma Rousseff, expressos em seu programa de governo, o Partido dos Trabalhadores (PT), a posições de Lenin, Mussolini e, mais modernamente, a da URSS, de Cuba e da Coreia do Norte. "O ímpeto liberticida" na seção "Carta ao leitor", *Veja*, 14 de julho de 2010, p. 13. As fotos de Lenin e Mussolini ilustram o editorial com a legenda: "eles suprimiram a imprensa livre em seus países, mas suas ideologias acabaram derrotadas. O programa de governo do PT nada aprendeu com a história".

¹¹ *Veja*, 27 de outubro de 2010, pp. 76-7.

¹² A revista *Veja* tem o seguinte organograma quanto a sua parte propriamente jornalística: um "diretor de redação"; um "redator-chefe"; seis "editores executivos"; doze "editores"; um "editor especial"; dois "subeditores"; um "editor assistente"; e, por fim, dezenove "repórteres"; além de sucursais, colonistas e outros. Ver <http://veja.abril.com.br/expediente>, acessado em 01/03/2011.

político apoiador de Serra, para reforçar a posição assumida. Na seqüência ataca o presidente Lula, no mesmo sentido em que Serra o fizera, acusando-o de "leviano", juntamente com a candidata Dilma. Eles estariam pregando a violência, a qual seria típica e constante nas atitudes de seu partido – a matéria apresenta a "fúria petista" em supostos momentos do passado nos quais militantes do PT teriam tumultuado manifestações de adversários político-partidários –, e estariam sendo "antidemocráticos" ao referendarem o ocorrido. Por fim, o jornalista de *Veja* escreve que "da mesma forma que é inútil esperar dos esquadrões petistas civilidade, parece igualmente vão cobrar do presidente a postura que o cargo exige." Por fim, ele sentencia que Lula deveria pedir "desculpas não só ao candidato adversário, mas a todos os brasileiros".

Pelo outro lado, versões mais próximas da apresentada pelo SBT foram sustentadas em sítios da internet como os de Luís Nassif¹³; Carta Capital¹⁴, Vi o Mundo¹⁵ e vários outros. Piadas circularam, no Twitter postagens jocosas ganharam muitos reprodutores e foi criado um jogo on-line no qual o jogador é desafiado a atingir José Serra com uma bolinha de papel apontando e clicando no mouse, enquanto ele se esquivava atrás da bancada do Jornal Nacional¹⁶.

Por outro lado, uma versão mais "jornalística", no sentido de que interna aos profissionais da área, seria apresentada por Rodrigo Vianna, um jornalista relativamente bem conceituado entre seus pares, no seu sítio na internet¹⁷. Segundo ele, na noite em que o Jornal Nacional apresentava a matéria acima citada que reforçava a sua versão em contraposição a do SBT, vários jornalistas da Rede Globo da sucursal de São Paulo acompanhavam a sua transmissão da redação, vendo-a pela primeira vez, pois a mesma fora editada na sede do Rio de Janeiro. Para Vianna, Ali Kamel, diretor da Central Globo de Jornalismo, portanto o responsável pelos telejornais da rede, não teria suportado ver a sua versão ser desmentida pela das demais emissoras. Assim, "preparou" a matéria em questão, pois não poderia "levar esse desaforo para casa". Como as imagens do celular do repórter da *Folha de São Paulo* apresentadas para legitimar a versão do "objeto pesado" seriam um tanto fracas, Kamel teria convocado o tal "perito", um seu "velho conhecido", para "comprovar sua tese". Segundo Vianna, baseado em "boas fontes" que refere ter na redação da Rede Globo, quando o "perito"

¹³ <http://www.luisnassif.com>.

¹⁴ <http://www.cartacapital.com.br>.

¹⁵ <http://www.viomundo.com.br>.

¹⁶ O jogo pode ser encontrado em vários sítios, entre eles <http://www.gordonerd.com/jogo-acerte-a-bolinha-de-papel-no-serra>.

¹⁷ "O 'bolinhagate' de Serra – o dia em que a Globo vaiou Ali Kamel". In: *Escrevinhador*, <http://www.rodrigovianna.com.br>, acessado em 17/11/2010. Postado em 22 de outubro de 2010.

terminava de apresentar sua avaliação, "a imensa redação da Globo de São Paulo – que acompanhava a 'reportagem' em silêncio – desmanchou-se num enorme uhhhhhhhhh! Mistura de vaia e suspiro coletivo de incredulidade". Ainda segundo ele, o chefe da redação teria fechado a cortina que separava sua sala daquela onde estavam os subordinados: "o chefe preferiu não ver". Vianna ainda referiu que "a vaia dos jornalistas, contam-me, não vinha só de eleitores da Dilma. Há muita gente que vota em Serra na Globo, mas que sentiu vergonha diante do contorcionismo do 'JN', a serviço de Serra e Kamel".

A despeito de esforços no sentido de sustentar a existência de um "campo da comunicação" no Brasil, esforços que têm em José Marques de Melo¹⁸, professor doutor jubilado da Universidade de São Paulo, onde trabalhou na Escola de Comunicação e Artes, e atualmente professor de uma universidade privada paulista, um dos maiores contorcionistas, me parece muito difícil concordar com a existência efetiva de autonomia relativa do espaço da produção e respectiva reflexão comunicacional ou midiática. Esses esforços me parecem, no entanto, associado a duas questões.

Primeira, uma apropriação e um entendimento equivocados e enviesados da chamada teoria dos campos de Pierre Bourdieu. Melo pergunta: "que tipo de campo é a comunicação?" Ele mesmo responde: "trata-se de um 'campo científico' plenamente enquadrado naquela noção de 'campo social' definido por Bourdieu". Os equívocos se iniciam com a pergunta mesma, que, em termos bourdieuianos, poderia ser: que espaço social é esse que se (auto-)intitula "comunicação"? Eventualmente, esse espaço constitui um campo social? Nos escritos de Melo o sociólogo francês aparece apenas como um argumento de autoridade para justificar e tentar legitimar a idéia de que a "comunicação" é um campo social.

Mas há outro problema. Melo deixa indefinido o que tenta apresentar como comunicação enquanto um "campo científico" e enquanto um "campo social" mais amplamente considerado. Depois de muito rapidamente citar Bourdieu, logo o abandona e se serve, entre outros, de Thomas Kuhn. Escreve Melo: "o campo comunicacional não se confunde com as rubricas vigentes no universo dos cientistas hegemônicos, ou seja, os produtores de ciência básica (físicos, botânicos ou sociólogos). Emerge no bloco das

¹⁸ MELO, José Marques de (org.). *O campo da comunicação no Brasil*. Petrópolis, Vozes, 2008.

chamadas ciências aplicadas, entre as quais a medicina, a engenharia e o direito constituem protótipos dotados de maior semelhança"¹⁹.

Essa linha de argumentação de modo geral confunde a noção de "campo social" com especialidades, especializações, ou mesmo o que para Bourdieu em certos casos que analisa, sub-campos. No caso do universo acadêmico, no qual atua o professor Melo, sustentar a autonomia de um suposto campo científico da comunicação estaria na esteira das preocupações de muitos especialistas dessa área que tentam fundar uma espécie de ciência da comunicação que seja distinta da sociologia, da antropologia e da história, por exemplo. Tipicamente, seus agentes batalham por se distinguir a fim de ganhar um espaço próprio na academia, o que pode reverter em mais verbas para pesquisas e para um reconhecimento específico mais acentuado para eles próprios. E é interessante mesmo pensar que para Melo a comunicação deve se aproximar mais das "ciências aplicadas" como a medicina, engenharia e o direito. Ou seja, nada de se confundir com o polo que, embora produtor de ciência básica, é dominado na estrutura de poder do universo acadêmico, ainda mais no caso latino-americano, onde historicamente e sintomaticamente as supostas ciências ou áreas de elite ou para a elite foram justamente as citadas por Melo.

Por outro lado, na visão de Melo de um campo comunicacional "situado na fronteira do sistema acadêmico com o sistema produtivo"²⁰, ele próprio deixa transparecer uma indefinição ontológica: o que é o campo da comunicação, um campo científico ou um campo de produção de bens simbólicos? Para citar um caso de análise de um campo social que, sim, tem algumas similitudes com o que se poderia chamar de campo midiático, comunicacional, ou jornalístico, mas que se refere a uma situação histórico-social específica e diversa, o mundo ocidental, Pierre Bourdieu, simplificada, considera o campo jurídico formado por um conjunto de instituições e agentes (universidades, magistratura, advocacia, professores, juristas, magistrados, advogados, etc.) os quais compartilham visões de mundo basicamente semelhantes e que se centram na relação específica com um *corpus* de leis escritas e não escritas e procedimentos que são a base da sua autonomia relativa. Por um lado, os juristas, normalmente vinculados à academia e a uma visão "científica" do direito, por outro, os operadores do direito, como magistrados e advogados, mais propensos a torcer a lei

¹⁹ MELO, José Marques de. A esfinge midiática. São Paulo, Paulus, 2004. As são retiradas do capítulo intitulado "conhecimento midiológico – do universo comunicacional ao saber midiático", p. 42. Um trabalho que vai nesse mesmo sentido do de Melo é o de GOBBI, Maria Cristina. A emergência do campo da comunicação no Brasil. In: CASTRO, Daniel; MELO, José Marques de; CASTRO, Cosette (orgs.). *Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil*. Brasília, Ipea, 2010.

²⁰ MELO, José Marques de, 2004, op. cit., p. 59.

em favor de suas posições e disposições e mais diretamente ligados aos profanos que se encontra mais afastados do centro do campo²¹.

Sem entrar em maiores detalhes, o que quero salientar é que o campo jurídico, como qualquer outro campo social, é formado e conformado por diversos tipos de agentes que têm em comum certa formação e o compartilhamento de uma certa visão geral de mundo, mas que disputam espaços e constantemente se definem e redefinem enquanto tais na luta que travam entre si e no espaço social mais amplo. No caso do que se poderia considerar como um campo midiático, estariam incluídos agentes aparentemente tão díspares quanto os próprios professores universitários que lutam para constituir um campo comunicacional como um campo científico, quanto os produtores de programas de variedade das grandes empresas.

Esses entendimentos fraturados são na verdade sintomas do que tenho desenvolvido aqui. É justamente a fraqueza ou a não realização das condições objetivas e subjetivas para a conformação histórica da comunicação social e/ou da mídia como um campo social relativamente autônomo no caso brasileiro que fazem com que se gaste muito tempo e recurso para se afirmar justamente o contrário. É que os agentes envolvidos precisam de algo a mais para diferenciá-los daqueles que eles próprios supostamente devem objetivar, pois as regras do seu fazer são de fato importadas de mundos alienígenas, mas no Brasil não encontram as mesmas condições para se realizarem²².

É nesse mesmo sentido que a disputa aparentemente jornalística em torno das versões que envolveram o episódio da "bolinha de papel" de Campo Grande era na verdade uma disputa pura e simplesmente político-partidária²³. À época faltavam poucos dias para a eleição. O candidato Serra continuava atrás nas pesquisas de intenção de votos, pelo que, na lógica dos marqueteiros de sua campanha, precisava de algo que pudesse fazer "virar o jogo". Assim, a versão do "objeto pesado" vinha ao encontro do que pretendiam os seus apoiadores, enquanto que a versão "bolinha de papel" vinha ao encontro do que queriam seus adversários. Na primeira Serra seria vítima da violência dos petistas, na linha da argumentação

²¹ BOURDIEU, Pierre, 1989, op.cit., especificamente o capítulo VIII, "a força do direito – elementos para uma sociologia do campo jurídico", pp. 209-254.

²² Para a questão da importação de modelos de instituições, ver BADIE, Bertrand; HERMET, Guy, 1993, op. cit.; CORADINI, Odaci Luiz. A formação da elite médica no Brasil e seu recrutamento: confronto com o caso francês. *Cadernos de ciência política (série: pré-edições)*, Porto Alegre, UFRGS/PPGCP, n. 11, 1998; e CORADINI, Odaci Luiz. "Grandes famílias" e elite "profissional" na medicina no Brasil. *Cadernos de ciência política (série: pré-edições)*, Porto Alegre, UFRGS/PPGCP, n. 2, 1995.

²³ Para a questão de disputas político-partidárias que se apresentam enquanto tais em diferentes espaços sociais, ver GRIJO, Luiz Alberto. A fundação da Faculdade Livre de Direito e a "vida acadêmica" em Porto Alegre no início do século XX. *Cadernos de ciência política (série: teses e dissertações)*, Porto Alegre, UFRGS/PPGCP, n. 4, p. 35-56, 2000; e GRIJÓ, Luiz Alberto. *Ensino jurídico e política partidária no Brasil: a Faculdade de Direito de Porto Alegre (1900-1937)*. Niterói, Tese de Doutorado em História Social/PPGH/UFF, 2005.

apresentada pela revista *Veja*, a qual faz uma matéria que, se não encomendada diretamente, totalmente de acordo com as pretensões dos articuladores da campanha de Serra; na segunda versão o candidato seria um simulador descarado, como o goleiro chileno o fora no Maracanã, alguém capaz de qualquer expediente para vencer as eleições. No jogo do fazer-creer da disputa político-partidária a imprensa findou por não se posicionar desde fora da disputa, mas, nela inserida enquanto um agente ativo, foi incapaz de sustentar jornalisticamente o que seria uma disputa jornalística, findou por simplesmente refletir em seus posicionamentos o que se disputava no âmbito da política partidária.

O jornalista Rodrigo Vianna, que apresentou o relato a respeito de seus colegas vaiando a reportagem de sua própria emissora, escreveu que não só os eleitores de Dilma, mas mesmo os eleitores de Serra da redação acharam grotesca a suposta manipulação. Por que a referência? Se o critério fosse exclusivamente jornalístico, uma manipulação qualquer que fosse não seria escandalosa em si mesma para o profissional, independentemente de ser eleitor desse ou daquele, ser judeu ou católico, ser branco ou negro, ser baixo ou alto, ser homem ou mulher?

Mas, não. O fato de que os limites do espaço da produção midiática serem totalmente porosos, faz com que os próprios agentes especializados não consigam pensar sua própria prática desde referenciais exclusivos. Não estou sustentando que não se faz ou se pode fazer jornalismo. É que o fazer jornalístico não se prende a critérios exclusivamente jornalísticos. A questão é que tais critérios, mais ou menos conhecidos de todos porque há experiências nos quais eles de fato pautam a ação de grupos de agentes, ao invés de fundamentarem as práticas findam por apenas legitimar o jogo mais amplo dos posicionamentos político-partidários e ideológicos.

Não considero que este trabalho tenha conclusões, pois é fruto de um caminho que está ainda no começo. Portanto, o encerro com algumas considerações a respeito do que propus ser o seu cerne. A questão de sustentar ou tomar como ponto de partida a noção de que o universo midiático é um campo social é analítica e heurísticamente inadequada. Com efeito, o que é uma questão ontológica e identitária para os nossos colegas acadêmicos da área da comunicação social, os quais buscam se legitimar tanto na academia – e aqui estão disputando os escassos recursos conosco, como bolsas e apoios para pesquisas –, quanto no mercado de

trabalho, pois formam jornalistas, publicitários, relações públicas, etc., para o historiador e o sociólogo é objeto de estudo.

Ao invés de nos perguntarmos a respeito de um campo social, devemos nos perguntar a respeito das práticas e seus agentes, das suas condições subjetivas e objetivas de realização. Eventualmente poderemos até encontrar um campo jornalístico, não como algo dado previamente, mas como consequência de pesquisas empíricas que apontem ou não nesse sentido.