

Por uma comunicação sustentável: as possíveis e necessárias apropriações estratégicas da mídia pelos movimentos sociais enquanto fontes das notícias¹

Jane MAZZARINO

ABSTRACT.

Thinking communicative processes as from the complexity is realizing the solidarity between contradictory parts of the same field and in interaction with other social fields. This assigns a multidimensional aspect to the whole social reality. Within these conditions we propose an approximation of the antrosocial reality. In this article we tackle the theory of the social fields to think the interaction between the media and the social movements. We characterize the mediatic field to reflect upon the public space mediatized, its emancipatory and instrumentalist potentials. In addition, we immerse in the productive logics of the journalistic field to understand how the contemporarian social movements —positioned as journalistic sources— can take advantage of the mediatic gaps to give visibility to their agendas, inserting them into the media diaries.

COMUNICAÇÃO E COMPLEXIDADE.

Para compreendermos a complexidade da sociedade contemporânea, temos buscado a contribuição da teoria dos campos sociais. A teoria dos campos sociais tem origem no pensamento sociológico recente, quando a estrutura organizativa da sociedade moderna em campos sociais autônomos constitui-se como condição de desenvolvimento desta mesma sociedade. A organização da sociedade com base numa diversidade de campos sociais refere-se a uma profunda transformação cultural, que tem por base o descentramento das imagens do mundo, tirando da religião o papel de definidor da “verdade”. Este processo deu lugar a uma nova configuração do universo simbólico-cultural, na qual a religião perdeu privilégios, devido a um movimento de “racionalização das cosmovisões”.² Segundo Esteves, trata-se de uma expansão e pluralização dos *universos simbólicos*, onde a linguagem assume um papel essencial, com diferentes esferas culturais constituindo suas próprias *formações discursivas*. A formação do campo midiático surge como uma resposta às crescentes exigências comunicacionais de outros campos sociais para relacionarem-se. Esta pluralidade de universos simbólicos tem implicações na organização das sociedades modernas, quando diferentes esferas sociais assumem funções específicas, o que refere-se a uma organização sistêmica da sociedade. Neste sentido, Esteves afirma que constitui-se referência fundamental à constituição da noção de campo social a teoria sistêmica, tradicional no pensamento social e da qual “a teoria dos campos é devedora mas que procura também superar, designadamente nalgumas das suas limitações mais flagrantes.”³

O processo de racionalização cultural da modernidade (que se dá com a pluralização dos universos simbólicos e sua respectiva organização em campos sociais autônomos) dá lugar a complexidade social devido à diversidade de orientações da ação postas à disposição dos indivíduos.

É no plano da acção social, portanto, que a complexidade atinge a sua expressão mais sensível: a determinação das condutas individuais não é uma questão puramente pessoal e os agentes sociais têm absoluta necessidade de encontrar formas de coordenação das suas acções — o que torna o meio social altamente complexo — (...).⁴ A formação dos campos está intimamente relacionada com os estádios avançados de evolução social, quando os subsistemas da sociedade são mais diferenciados e apresentam maior especificidade (...). A diferenciação começa por se estabelecer ao nível geral da sociedade, com a formação dos subsistemas sociais básicos (...). Esta lógica de diferenciação alarga-se depois, aos próprios subsistemas básicos, dando lugar a uma especialização funcional ainda mais acentuada e, assim, à constituição no seu interior de novos sistemas ainda mais particulares. É neste quadro da evolução, num estádio já muito avançado de especialização funcional, que se observa a formação dos campos sociais. Estes constituem um novo tipo de unidade social, com características internas próprias e cujos efeitos se fazem sentir não só ao nível das diferentes componentes das estruturas sociais, mas também, do sistema social global, ao qual conferem uma nova matriz estrutural e um novo significado funcional (...). diferenciação funcional da sociedade em que as várias unidades sociais, os campos, definem a sua identidade a partir de uma função específica que realizam (...). A crescente especificidade funcional, resultante da diferenciação da sociedade, é acompanhada por uma maior complexidade dos subsistemas e pelo aperfeiçoamento dos mecanismos de integração. Estes dois factores, por sua vez, têm uma implicação directa nas formas de solidariedade societária.⁵

Portanto, a noção de campo social surge como uma denominação decorrente da complexificação dos sistemas sociais decorrentes da evolução das sociedades modernas. Os mecanismos de solidariedade societária referem-se a níveis de interação diferentes, tanto dentro do mesmo campo como na relação com outros campos. No caso do campo midiático, sua identidade é conferida pela especificidade da função que cumpre no sistema social global, onde diferentes formas de integração se realizam: de carácter económico (trata-se de uma atividade empresarial, com relações de concorrência e lucro), político (com hierarquização de funções e poderes), solidariedade associativa (entre os agentes sociais, que formam uma espécie de comunidade interpretativa).

O campo dos media pode, assim, ser considerado como a resposta, ao nível da organização da sociedade, a este vasto conjunto de necessidades de ordem cultural que nasceram da generalização da linguagem. As exigências de legitimação que a modernidade coloca condicionam a acção dos media simbolicamente generalizados (o dinheiro e o poder) e conferem à linguagem (e ao campo dos media) a função genérica de regulação de todos os outros campos sociais.⁶

Da mesma forma, podemos afirmar que o campo dos movimentos sociais, especificamente aqueles movimentos que assumem-se como movimentos antiglobalização, constituem-se como uma resposta a um sistema social, económico e político que consideram excludente da maioria, ao mesmo tempo se constituem também como um movimento transnacional de solidariedade;

tem uma especialização discursiva e busca, via interação com o campo midiático, sua legitimação no sistema social global. Há uma retroalimentação discursiva entre estes campos sociais.

O sistema social global que surge neste tempo histórico caracteriza-se por uma valorização do campo midiático e uma estrutura social organizada em rede transnacional, o que vale para entendermos a estrutura e a dinâmica de diferentes campos sociais: quer sejam econômicos (vide grandes grupos empresariais formado por fusões cada vez mais comuns), políticos institucionais (tais como a Comunidade Européia, Mercosul, outras organizações internacionais, etc...) ou sociopolíticos como entendemos a rede dos movimentos sociais (que tem expressão na formação e interação de organismos sociais, como também em acontecimentos como o Fórum Social Mundial, etc.), ou campos sociais de outra natureza.

Entendo a relação entre campos sociais complexos e meio ambiente onde interagem de uma forma nebulosa. Visualizo a estrutura de organização do sistema social global formado por variados campos sociais estruturalmente organizados de forma complexa —ao mesmo tempo que constituem-se enquanto campos de ação social autônomos, são interdependentes— ambientados em espaços culturais também complexos, formados de multiculturalidades locais, regionais, globais; as quais por sua vez afetam subjetividades/identidades pessoais e coletivas, dando origem a uma diversidade de formas de adaptação e apropriações, neste que se constitui o que poderíamos denominar como o meio ambiente sociocultural global contemporâneo.

Enquanto um processo social, portanto entendido dinamicamente, o campo constitui-se como um espaço de intersubjetividade, formado pela interação entre subjetividades pessoais e os modos de ser e fazer coletivo que surgem como resultado do que se pode denominar uma subjetividade coletiva ou identidade coletiva. Ou seja, um *habitus* grupal específico, entendido como um jeito próprio de ser e fazer, que se constrói através do padrão de interação entre os sujeitos de um determinado campo social. Esta forma de entender a dinâmica interna e externa dos campos na sociedade pode se aplicar tanto ao campo midiático como ao campo sociopolítico (como estamos denominado o campo formado pela diversidade de movimentos sociais). Esta relação entre perspectivas macro e microsociológica tem matriz na análise de Bourdieu, já que, segundo Esteves, estabelece-se uma relação sincrética entre as noções de campo e *habitus*, entre o geral e o particular, entre a sociedade e o indivíduo, portanto entre subjetividades/identidades coletiva e pessoal. Esta dinâmica de interação dos sujeitos sociais no(s) campo(s) onde atuam provoca mudanças sociais tanto nos sujeitos quanto nos campos, e assim também nas formas de interação entre os diferentes campos sociais da sociedade global. Neste sentido, podemos afirmar que formas inovadoras de interação entre os movimentos sociais e o campo midiático provocam mudanças sociais que vai além da interação propriamente dita, o que determina a formação de matrizes culturais para outros movimentos sociais, assim como na forma de outros campos sociais relacionarem-se com a mídia. É o que percebemos quando observamos a apropriação dos modos de agir do Greenpeace por agentes sociais outros, que não são do movimento ambientalista ou sequer dos movimentos sociais.

O CAMPO MIDIÁTICO: JEITOS DE FAZER.

Uma das peculiaridades fundamentais deste universo simbólico denominado campo midiático é que as funções de mediação constituem sua própria razão de ser. Estas funções de mediação são simbólicas, e referem-se a organização do discurso —interpretação, apresentação, seleção,

acentuação, exclusão—. O campo midiático como dispositivo essencial da discursividade nas sociedades modernas garante uma mediação social generalizada, de todos os campos sociais entre si. A competência simbólico-expressiva do campo midiático faz dele uma referência “incontornável” da sociedade moderna, já que outros universos simbólicos têm a necessidade de recorrer a ele para afirmar seus objetivos e interesses. Esta confluência para o campo midiático lhe confere um papel determinante de preservação de uma certa homogeneidade social. A legitimidade do campo midiático é conferida, portanto, pela sua capacidade de mediar a multiplicidade de interesses divergentes, e de dar um caráter público aos acontecimentos que veicula. Esta situação é geradora de tensão permanente entre o campo midiático e outros campos sociais, a qual influencia determinadamente sua estrutura interna e funcionamento, constituindo-se em uma matriz própria, interiorizada.

O campo midiático, com suas ritualizações próprias, funda processos de ritualização simbólica da experiência humana em geral —participa do *habitus*—. Seus processos rituais se disseminam pelos outros campos e exercem, desta forma, um efeito estruturante global sobre a vida social. A mídia impõe um ritmo ao conjunto da vida social. Por isso, o campo comunicacional oferece-se, contemporaneamente, como plataforma para um novo tipo de reflexão sobre os sujeitos e sobre a organização social. A lógica comunicacional é fundada pelo dispositivo de sociabilidade, um processo de troca simbólica generalizada, um dos princípios fundamentais do vínculo social, fonte de todo valor, que permite ao sujeito conceber a sua subjetividade, tanto a sua dependência quanto a sua autonomia e libertação.⁷ Desta forma os meios de informação contemporâneos contribuem para o alargamento da experiência cultural humana, para além do espaço territorial geográfico, que determinava as relações nas comunidades de pertença. Criam-se então novos hábitos, que se sobrepõem ao quadro tradicional. Assim como tradição e modernidade coexistem, em cada época, de maneira tensional, as esferas informacional e comunicativa travam também complexas e específicas relações entre si. Os complexos dispositivos de informação definem novos horizontes da nossa experiência, alargam a esfera da percepção e de intervenção no mundo via próteses auditivas, de visão e de memória.⁸ Mas a transnacionalização da informação não significa que todos partilham a mesma visão de mundo e representação da realidade, pois a cultura de cada um delimita o espaço de compreensão dos acontecimentos e das mensagens. Assim, apesar da percepção da realidade ter se tornado um produto tecnicamente elaborado pelas mídias, cada um continua a interpretar conforme o quadro de experiência espontânea da sua própria cultura.

Quando as tecnologias da informação passam a criar novas formas de percepção da realidade, mediadas por mecanismos midiáticos, os processos de comunicação são geradores da tecnocultura —do bios midiático— onde saber e sentir passam a ser mediados pelas tecnologias de informação. Esta tecnointeração significa que as relações humanas passam a ser também mediadas pela lógica mercadológica dos mídias, ou seja, o ethos social se constrói com interferência do processo de midiatização.⁹ Esta nova forma de interação determina mudanças culturais, que são, ao mesmo tempo, geradoras de um novo sentido para a realização e para a ação humana, e para a forma de organização das situações cotidianas, portanto também determina novas formas de ação dos grupos e movimentos sociais. O “bios midiático” intervém na consciência de um grupo social sobre o sentido da existência. Esta observação leva-nos a considerar a importância de abordagens nas pesquisas que tratem de compreender como o ethos midiático, entendido enquanto matriz cultural, estaria orientando o ethos do movimento socioambiental. Ou, pensando na contramão, como o ethos do movimento socioambiental interfere no ethos

midiático? Esta é uma das questões que estamos desenvolvendo na pesquisa atual, e sobre o que temos algumas observações preliminares, que abordamos na sequência deste artigo.

O ESPAÇO PÚBLICO MIDIATIZADO.

As mudanças originárias da crescente necessidade de midiáticação¹⁰ dos campos sociais em geral provocam também mudanças fundamentais no espaço público, complexificando seu funcionamento com novos temas e problemas em discussão, assim como formas de participação inovadoras. O surgimento do espaço público midiático nas sociedades ocidentais desde o fim do século passado e sua expansão global, segundo Esteves, inviabiliza a instrumentalização total. Apesar das formas de manipulação, dos aparatos tecnológicos e dos padrões discursivos circulares e serem apropriadas de forma semelhante pelos diferentes mídias, não é possível um controle total dos recursos simbólicos, pois a opinião pública é formada a partir das diferenças culturais locais e regionais que se constitui pela forma diversa de produção de sentido. Assim, a instrumentalização total é impedida pelo que podemos denominar como as apropriações das ofertas midiáticas feitas por sujeitos particulares ou coletivos, via discussão pública dos acontecimentos midiáticos. Ou seja, diferenças culturais assim como podem impedir a comunicação generalizada, servem para impedir a instrumentalização generalizada pela informação. Trata-se de algo relativo às complementariedades e contraditoriedades da complexidade antropossocial de que nos fala Morin, que se explicitam também na relação entre comunicação e informação, cultura e identidade.

Como os processos comunicacionais referem-se a relações sociais, fazendo com que os mídias, para não perder sua legitimidade, mantêm uma abertura para com os discursos dos diversos campos sociais com os quais interage. Não trata-se, portanto, de uma imposição, mas de negociações simbólicas, jogos e trocas. E, neste sentido, observamos que os movimentos sociais têm um papel crucial no que denominamos como a oxigenação dos discursos midiáticos e aqueles da própria sociedade, por consequência, via pressão que fazem para abertura de diálogo com o campo midiático, visando, em última instância, inserir seus discursos na discussão pública em curso. Pela sua própria natureza, os discursos sociopolíticos ou dos movimentos sociais tendem a contrapor-se aos discursos econômicos e políticos mobilizados pelos grupos dominantes.

... movimentos sociais, apesar da sua enorme heterogeneidade, convergem na aspiração comum de atingirem uma expressividade pública relevante. Esta dinâmica social repercute-se nos media, sob a forma de uma pressão objectiva sobre estes mesmos media com vista à sua abertura a novas formas de expressão, que assumem, de forma geral, uma forte ligação aos contextos mais imediatos da experiência e às interpretações da vida quotidiana. Para os media, esta pressão representa uma contra-tendência relativamente à sua orientação predominante e, por isso mesmo, uma nova possibilidade de intervenção ao nível da opinião pública.¹¹

O espaço onde se constrói a opinião pública é, portanto, marcado pela interação entre uma multiplicidade de discursos dos vários campos sociais que movimentam-se no sistema social global, discursos estes que chegam para os públicos de forma amplificada ao serem processados via tecnologias (informacionais), e também discursos outros relativos às interações interperso-

ais (comunicacionais), que podem ou não ser apropriados pelo campo midiático, conforme se enquadrem ou não nos seus *valores-notícia* e regras produtivas.

Esteves conceitua espaço público “*como domínio por excelência das trocas simbólicas entre cidadãos, onde têm lugar as mediações políticas fundamentais que constituem as sociedades democráticas*”.¹² Schudson, por sua vez, salienta que a “*personalidade da esfera pública*” é diferente de uma nação para outra, com esferas públicas se moldando de forma diversa conforme a qualidade e a quantidade de participação política. A esfera pública ideal deve permitir a participação integral e igualitária de qualquer pessoa. Como a esfera pública é uma construção social, para existir necessita de recursos institucionais, educacionais e culturais, que tornam possível um juízo público crítico, segundo o autor.¹³

Wolton, ao abordar as contradições do espaço público midiaticizado, escreve que a democracia pressupõe a existência de um espaço público onde sejam debatidos os grandes problemas do momento, dando-se espaço para que um maior número de atores se exprima acerca de um maior número de assuntos. Wolton entende que a comunicação é uma condição estrutural do funcionamento da democracia, quando este novo espaço público remete para uma sociedade aberta e urbanizada, na qual as relações sociais estão marcadas tanto por uma forte valorização do indivíduo como pela organização de massa. Para que a comunicação não deixe de ser sinônimo de liberdade para passar a ser sinônimo de empobrecimento, Wolton afirma:

A solução deste problema não reside — como temos frequentemente sustentado — na organização da expressão dos cidadãos, por intermédio de múltiplos *media*, mais ou menos locais, ou mais ou menos interactivos, porque esta expressão retoma os mesmos códigos de comunicação. Consiste, sim, em admitir a coexistência, no interior do espaço público, de um maior número de discursos heterogêneos perante os valores e as referências laicas e políticas dominantes. Admitir, igualmente, que, ao lado do discurso laico e racional, coabitem, sem terem de se justificar perante ele, discursos de carácter estético, religioso, espiritual... portadores de outros valores e de outras representações... Os *media* são, certamente, uma condição da ligação social (*lien social*), mas veiculam também modelos de representação e estereótipos necessariamente menos numerosos e heterogêneos do que aqueles que estão, simultaneamente, presentes na sociedade. Isso não quer dizer que os *media* imponham os seus valores e as suas representações (até porque estes não existem isoladamente e dependem do trabalho de indivíduos imersos nessa mesma sociedade), mas que existe uma desproporção entre a visibilidade dos valores veiculados pelos *media* e aqueles que estão, simultaneamente, presentes na sociedade... a comunicação, num sentido lato, é hoje a condição funcional e normativa do espaço público e da democracia de massa, mas ela não pode, por si própria, garantir a qualidade do funcionamento deste espaço público democrático, o qual pressupõe também valores políticos que são relativamente heterogêneos perante os valores comunicacionais.¹⁴

Wolton¹⁵ entende que a multiplicação das tecnologias cria responsabilidade cultural e política, tornando necessário que a comunicação social e cultural reflitam a heterogeneidade social, evitando o desaparecimento de grupos “*não visíveis*” ou o silenciamento de outros que podem regressar em forma de “*estrondo*”. Para o autor, a democracia agora refere-se a cultura, depois de já ter se referido à política e ao âmbito social, pois trata-se do reconhecimento das múltiplas identidades culturais e a obrigação de pensar as suas relações numa forma política, que, ao mesmo tempo que garanta as identidades ofereça um meio de as transcender. A globalização

das tecnologias de comunicação e o poder das indústrias culturais obrigam a pensar o modelo de democracia cultural. Segundo o autor, os movimentos antiglobalistas são os primeiros a pôr a cultura e a comunicação no centro da política, porque colocam em causa toda a representação do mundo; e porque a escala do conflito que denunciam é a do mundo, diretamente ligada ao triunfo das tecnologias de comunicação mundial. Na mesma direção, Esteves¹⁶ salienta a estrutura assimétrica dos processos de comunicação midiática, que oferece possibilidades de participação bastante diferenciadas entre aqueles que fazem uso da palavra pública. Daí os estudos das fontes jornalísticas observarem uma tendência, talvez universal, de acesso majoritário das fontes oficiais em relação as outras vozes da sociedade.

A AGENDA MIDIÁTICA E SUAS ASSIMETRIAS.

Esteves e Wolton propõem que o espaço público contemporâneo deve ponderar suas dimensões constituintes, factual e normativa: *“as estruturas de comunicação objectivas, por um lado, e o sentido político (ético e moral) dessas mesmas estruturas, por outro. Essas duas dimensões são complementares mas estabelecem entre si uma relação tensional...”*¹⁷ Imperativos performativos e funcionalistas voltados para a lógica do custo-benefício atingem diversificados contextos e formas de vida gerando uma objetivação generalizada do social. Assim, os media que deveriam ser um espaço mediador de decisões e formador da vontade coletiva, um espaço onde tensões e conflitos deveriam adquirir visibilidade, apresentam-se mais como espaço performativo. Esta ação concertada pela tecnocracia e pelo instrumentalismo, classificada como política por Esteves, compromete em última instância a intersubjetividade. *“Em termos de estrutura da comunicação pública das sociedades modernas, os sintomas directos de uma crise ética e moral gerada pela influência destes factores instrumentalistas manifestam-se sob a forma de uma apropriação unilateral dos media...”*¹⁸

A performatividade do público ao repercutir-se no conjunto da sociedade assume um caráter dinâmico e de inovação social, ou seja, pressupõe uma relação público-sociedade onde o primeiro tende à inovação enquanto o segundo à estabilidade. Portanto, o processo de inovação social dos públicos acaba gerando resistências, tensões, conflitualidades. As desigualdades sociais entre os interlocutores (caracterizada enquanto uns determinam sobre o que se fala enquanto outros falam a partir de uma pauta que não é sua ou mesmo não falam)

... constituem um foco de potencial perturbação do discurso público, pondo assim em causa a possibilidade de uma verdadeira deliberação pública dos assuntos... Assimétricas deste gênero estão presentes regularmente ao nível das relações interpessoais mais ou menos informais, ao nível da vida interna das organizações e instituições sociais e, num âmbito mais amplo e global, também com uma projeção sobre a totalidade da sociedade. Estes diferentes níveis situam-se num contínuo que vai do mais estritamente privado até ao absolutamente público, percorrendo estádios intermédios semi-privados e semi-públicos; na certeza, porém, que os níveis superiores, nas actuais condições sociais, só poderão ser atingidos quando se torna presente uma ação sistemática dos mass media, com a sua capacidade de influência excepcional sobre a agenda pública. Este poder dos media ficou conhecido pelo termo próprio da pesquisa sociológica neste domínio como ‘agenda setting’...¹⁹

Para Esteves, as pesquisas teóricas nesta linha foram incapazes de equacionar as implicações políticas de tal poder dos mídia, que é a sua “*capacidade não-democrática de agendamento*”, a qual é relativa a uma dada estrutura econômico-política de organização dos mídia. As pesquisas também ignoraram que o sentido político do agendamento começa na própria constituição da agenda dos mídia. Devido ao seu caráter comercial os mídia operam com sistemas de sentido e representação não públicos, o que os torna abertos à manipulação e à estabilidade.

A medida que o funcionamento das instâncias do Público fica mais dependente dos media e, ao mesmo tempo, estes se organizam em torno de interesses particulares, a comunicação pública tende a perder o seu caráter livre e autónomo, exprime cada vez mais imperfeitamente a dinâmica da sociedade civil e adquire características técnico-instrumentais acentuadas.²⁰

Para não por em perigo sua própria legitimidade, os mídia tem que manter uma certa abertura aos temas dos seus públicos. Neste sentido, os discursos dos movimentos sociais dinamizam e revitalizam a sociedade civil, com seus novos temas, sujeitos sociais e modos de comunicar, assim como revitalizam as agendas dos mídia noticiosos. O espaço público tem se modificado historicamente com a inserção de temas de debate primeiro das classes trabalhadoras, depois com o movimento feminista e mais recentemente com outras formas de expressão identitárias e culturais, que buscam a ampliação da participação e da igualdade contra certos mecanismos de exclusão (de classe, etnia, gênero, etc.).

Mais recentemente, o espaço público contemporâneo está sendo modificado, ainda, com uma força que não se pode subestimar, pelos movimentos antiglobalização, que abraçam reivindicações da pluralidade de espaços e de demandas. São por isso mesmo contraditórios e um espaço conflitual em si mesmos. Resta saber se os mídia estão atentos para essa possibilidade de revitalização das suas agendas, abrindo mão da sua repetitividade e mesmice em favor da inovação em si mesmos, ao invés de buscarem empréstimo na renovação que outros campos lhe ofertam. Os mídia assim como legitimam-se a partir da legitimidade que outros campos lhe outorgam, revitalizam-se a partir da vitalidade de outros campos. Agindo um “pouco demais” talvez como vampiros sociais.

O acesso aos mídia dos atores sociais contemporâneos depende da lógica dos mídia, que também varia internamente. Por exemplo, nos veículos públicos, como a Televisão Educativa do Rio Grande do Sul —TVE— observamos que o acesso dos movimentos populares tem maior abertura durante o governo do Partido dos Trabalhadores. Não só por uma “*margem de manobra*” dos profissionais, mas por uma política de Estado, que se diferencia conforme as políticas dos partidos no poder, conforme constatamos empiricamente.

Neste sentido podemos nos questionar sobre como matrizes do campo midiático suas lógicas produtivas, seus valores notícia, etc... são incorporadas pelo movimento social para, ao adequarem-se às lógicas midiáticas, tornar-se uma fonte produtiva, credível, etc., segundo os padrões midiáticos, e, desta forma, aumentar sua intervenção no espaço público midiático.

Ao observarmos o processo de ocupação do espaço público midiático de uma organização formada por mulheres separadoras de resíduos sólidos, que trabalham na periferia de Porto Alegre, capital do estado do Rio Grande do Sul – Brasil - podemos afirmar que as matrizes do campo midiático perpassam o processo de midiaticização Centro de Educação Ambiental Vila Pinto (CEA), marcam-na, ao mesmo tempo que forçam uma abertura do campo midiático para sua legitimação no espaço público midiático. Via visibilidade pública o CEA objetiva, como

outras instituições sociais, ter seu lugar assegurado nas agendas midiáticas. Participar do espaço midiático representa a ampliação do capital social e simbólico do CEA, dado a partir do reconhecimento público deste grupo social, que assim adquire maior poder simbólico para negociar com outros campos sociais. Num movimento contínuo, este capital simbólico é usado como barganha no momento de estabelecer suas parcerias.

Hoje, os movimentos sociais são uma referência para pensarmos sobre as trocas entre um campo social específico e o campo midiático. Na interação entre uma organização socioambiental específica e o campo midiático, por exemplo, o primeiro busca visibilidade pública para suas pautas na interação com o segundo, que alimenta-se do primeiro, o qual subsidia assim suas pautas de *valores-notícia*, estabelecendo aí relações complexas e contraditórias, com interferência de matrizes culturais, tanto dos campos em interação direta quanto com os campos do entorno.

Na sociedade moderna observamos uma crescente necessidade coletiva e pessoal de afirmação de interesses a partir da sua transformação em discursos a serem midiaticizados. Diferentes campos sociais desenvolvem estratégias de apropriação do espaço midiático. Esta interação própria da modernidade explicita um jogo ideologicamente marcado, que caracteriza-se pela coexistência de conflitos, cooperações, seduções, influência, simulação, reconhecimento de competências, aproveitamento de oportunidades, rituais, capacidades performativas, etc.. As estratégias de interação com o campo midiático são cada vez mais colocadas no centro do planejamento das organizações dos diferentes campos sociais, e seu sucesso é determinado pela capacidade maior ou menor dos sujeitos sociais apropriarem-se do campo midiático, seja moldando-se às suas regras ou criando novas formas de atuação.

Como já vimos, a importância social do campo dos mídia está relacionada com esta necessidade dos agentes sociais de recorrerem a estes canais marcados pela lógica da visibilidade e da transparência. Os movimentos políticos são midiaticizados quando se submetem às regras de produção do campo jornalístico. São os mídia que acabam definindo a última versão dos acontecimentos relativos aos movimentos sociais. Segundo Gitlin, as imagens produzidas pelo campo midiático acabam repercutindo sobre a forma como os movimentos sociais acabam percebendo a si mesmos. As formas de noticiar referem-se a um trabalho de “enquadramento simbólico” que acaba repercutindo no destino do movimento.²¹

A ideologia da sociedade da informação baseia-se nos pressupostos da objetividade, transparência, no direito de informar e ser informado, e na crença que as transformações tecnológicas geram, conseqüentemente, maior desenvolvimento. No entanto, a leitura direta —mais tecnologia igual maior desenvolvimento— deve ser questionada num mundo em que o desenvolvimento tecnológico é crescente na mesma medida que a exclusão social. Neste sentido, as novas tecnologias e suas velhas ideologias podem estar mais a serviço da manutenção das desigualdades que de ações emancipatórias, como nos apontam vários autores da atualidade. O direito de informar parece ser cada vez mais fundamental, algumas vezes até mesmo que o direito de ser informado, quando as formas de dominação se manifestam tanto econômica quanto culturalmente. Portanto, não há dúvida que a informação constitui-se um recurso político indispensável para as instituições político institucionais, e, especialmente, também cada vez mais para a formulação de contra-hegemonias pelos sujeitos do campo sociopolítico ou dos movimentos sociais.

DAS ESTRATÉGIAS DE APROPRIAÇÃO DO CAMPO JORNALÍSTICO PELAS FONTES.

O campo jornalístico constitui-se como parte autônoma do campo midiático. Refere-se a um espaço social onde interagem sujeitos sociais que atuam enquanto fontes dos acontecimentos, os produtores das notícias ou jornalistas, os detentores das estruturas organizacionais onde as notícias são produzidas, e os consumidores do produto jornalístico ou receptores da informação noticiosa. No sistema social global o campo jornalístico é parte de uma teia complexa de interação entre campos sociais diversos, onde sujeitos destes “outros” campos sociais buscam visibilidade pública a partir da participação na “agenda” dos acontecimentos midiaticizada (ofer-tada via tecnologias da informação) para o espaço público. É quando sujeitos de outros campos buscam visibilidade e têm que se enquadrar nas regras do campo jornalístico que co-participam dele. No entanto, trata-se de uma relação de troca simbólica, onde o jornalista também desempenha o papel de receptor da fonte. Este é outro espaço de interação que estamos aprofundando análises na pesquisa que trata da midiaticização do movimento social.

Nas sociedades contemporâneas o campo jornalístico constitui um alvo da ação estratégica dos diversos agentes sociais, que tem o objetivo de fazer concordar as suas *necessidades de acontecimentos* com as dos profissionais do campo jornalístico. Mesmo com estas “intervenções” no processo de produção das notícias, Molotch e Lester sublinham o grau de autonomia do campo jornalístico na constituição da agenda jornalística. O jornalismo apropria-se da realidade devolvendo-a para o consumo social, após um processo de construção em que entra em jogo o conhecimento do mundo legitimado via especialidade do jornalista. Os estudos culturais partem da cultura como objeto principal no processo de construção da realidade. Nesta linha do pensamento situa-se a perspectiva teórica da construção social da realidade, da qual uma das vertentes é a teoria do agendamento — agenda setting.²²

Observar como se organiza a rede de fontes de uma meio de comunicação midiático dá a conhecer sobre seus parâmetros políticos, econômicos, sociais e culturais, assim como sobre os critérios de noticiabilidade por que se rege. Qualquer pessoa pode ser fonte, ser entrevistada e fornecer informações, mas ser cultivada enquanto fonte significa que há uma conversão de interesses entre o profissional do campo jornalístico e o promotor da informação, e esta relação baseia-se na confiança e nos interesses de troca. Jornalistas e fontes jogam cada um com interesses específicos onde os dois, se não conhecem os interesses um do outro, pelo menos intuem.

Sobre as estratégias das fontes para fazer passar os seus enquadramentos, podemos citar o uso da retórica e persuasão. Para Santos,²³ a fonte intenta a sedução, o auto-elogio e a persuasão junto do seu público-alvo privilegiado, os jornalistas. A retórica enquadra os sentidos que um sujeito quer produzir para o seu interlocutor. Um orador procura agradar, seduzir, persuadir, convencer, e até manipular a fim de obter adesão ou consentimento a sua posição. As fontes de informação preparam estratégias retóricas e uso de meios argumentativos. A fonte tenta controlar ou persuadir o jornalista sobre a relevância dos temas que apresenta para serem inseridos na agenda da mídia noticiosa. Desta forma, fonte e jornalista negociam no processo de produção da notícia. As fontes usam as organizações noticiosas não apenas para comunicar com os seus apoiantes e opositores, mas também para comunicarem entre si, e assim o campo jornalístico permite que os atores políticos interajam. As fontes estão permanentemente atentas aos discursos midiaticizados das outras fontes —concorrenciais ou companheiras— para, se for o caso, usarem estratégias bem definidas nas suas abordagens com os jornalistas no sentido de

as suas notícias terem maior destaque que as instituições rivais. A negociação do significado dos acontecimentos entre fontes e produtores das notícias faz do campo jornalístico um espaço de interação em si mesmo.

A noticiabilidade constrói-se a partir de um conjunto de critérios de valores/notícia. Como valores-notícia podemos citar: frequência, ausência de ambiguidade, consonância, significado, novidade, continuidade, negatividade, simplificação, dramatização, personalização e referência a pessoa de elite, temas, continuidade, sensacionalismo, etc.. Sabendo disso, as fontes tratam de se conformar a estes critérios ou padrões de noticiabilidade via estratégias que dão visibilidade ao que querem tornar público, e, ao mesmo tempo, tratam de segredar o que não é de seu interesse que seja midiaticizado. Portanto, as fontes representam a realidade para os jornalistas, que por sua vez a (re) representam para o público.

O acesso regular das fontes junto das organizações noticiosas determina o poder daqueles agentes. Daí pode-se concluir que quanto mais midiaticização mais capital simbólico a fonte adquire o que contribui para alimentar sua legitimidade enquanto fonte. Neste sentido, o reconhecimento por parte da fonte das rotinas produtiva e valores-notícia do campo jornalístico contribui imensamente para elevar o capital simbólico da fonte em relação ao campo jornalístico. É neste sentido que defendemos a necessidade dos “intelectuais orgânicos” que trabalham no campo midiático realizarem projetos de educação dos sujeitos dos movimentos sociais para a apropriação dos meios de comunicação a fim de exercerem o papel de fontes das informações, organizadas estrategicamente para interagirem com os produtores de notícias, ampliando, assim, a visibilidade das organizações sociais no espaço público midiático.

Assim como os jornalistas tratam as fontes de forma diferenciada, também as fontes tratam os mídia noticiosos de forma desigual. Molotch e Lester²⁴ consideram que uma dimensão do poder das fontes reside na sua capacidade de criar acontecimentos públicos. Fontes de informação e jornalistas organizam, entre si, estratégias de adequação, de ajustes comunicacionais. O que faz com que as notícias sejam, em primeiro lugar, resultado de um processo comunicacional entre jornalistas e fontes. Desta interação específica resulta a realidade construída socialmente pela notícia. Esta é resultado deste diálogo, onde jogam confiança e desconfiança. Assim como o jornalista tem seus critérios de definição da sua rede noticiosa, as fontes tem seus critérios de definição da sua rede de midiaticização, onde valores semelhantes entram em jogo: credibilidade, produtividade, confiança, disponibilidade, etc...

O campo de notícia tem uma dimensão argumentativa. À medida que cresce o prestígio de um grupo divergente ou marginal, o seu papel de intermediário ou mesmo de árbitro aumenta. É o que observamos no trabalho de associações ambientalistas como a Quercus, em Portugal, e com o CEA no Rio Grande do Sul, apesar das diferenças entre estas duas formas de movimento socioambiental. Para Santos²⁵, as fontes —mesmo as oficiais— tem de trabalhar permanentemente para aceder à agenda jornalística, enquanto os jornalistas têm de cultivar fontes, para terem informação nova. A negociação pela notícia constitui-se, desta forma, como uma realidade quotidiana. Cooperação, concorrência, dominação e intimidação fazem parte integrante e complexa do campo de notícia, onde se decide quais dos acontecimentos se transformam em notícia.

Devido a escassez de tempo, fatores técnicos, abundância de acontecimentos, etc... os jornalistas tendem a preferir fontes estáveis e regulares, passando a depender destes “canais de rotina”, estabelecendo-se uma interdependência muitas vezes pouco salutar. Para Traquina,²⁶ os principais benefícios dos jornalistas com a criação de fontes rotineiras são a eficácia, maior

estabilidade no trabalho, autoridade que valida a notícia. Para as fontes oficiais, os benefícios são a publicação dos seus atos, saliência social, e o reforço de legitimidade. A dependência dos jornalistas em relação aos canais de rotina pode significar que os jornalistas comecem a escrever para a fonte e não o público. Ou então, resulta que uma parte significativa das notícias produzidas tem como base fontes que são profissionais no “negócio” de lidar com os jornalistas, que conhecem as lógicas de tempo, enfoques, raciocínios dos jornalistas e nelas se enquadram em troca de maior visibilidade. Assim, para a teoria etnoconstrucionista, o acesso ao campo jornalístico é estruturado socialmente, ou seja, resultado de uma interação.

Na realidade, fontes, jornalistas e público coexistem dentro de um sistema que se assemelha mais ao jogo de corda do que a um organismo funcional inter-relacionado. No entanto, os jogos de corda são decididos pela força: e as notícias são, entre outras coisas, o exercício do poder sobre a interpretação da realidade.²⁷

As fontes procuram dar publicidade aos temas que interessam às instituições em que participam como agentes, e neste fazer movem-se por uma lógica privada, que joga na gestão entre exposição e encobrimento, divulgação e segredo, palco e bastidores. Desta forma, mesmo precisando se submeter às lógicas produtivas do campo jornalístico, as fontes podem gerir e direcionar a informação, até mesmo performativamente. Neste jogo, os jornalistas têm o papel ativo de selecionar, enquadrar e contextualizar as informações que obtém junto às fontes, de modo que as notícias sejam formuladas dentro das normas do discurso específicas do campo jornalístico. O poder e responsabilidade do jornalismo nos planos político e sociocultural decorrem da faculdade de definir o que incluir e excluir, atribuir importância, dar a ver e a conhecer. Pinto²⁸ observa que a capacidade crescente de organizações e movimentos sociais, mesmo os marginais em relação às esferas dominantes, conseguem a atenção dos jornalistas e, assim, assegurar espaço na agenda midiática, trata-se de uma prática relativa à percepção e apropriação da lógica da construção noticiosa e dos valores-notícias por parte dos movimentos sociais que, percebendo que ações sociais têm impacto e conquistam os meios de comunicação, muitas vezes organizam-se de forma a articularem-se até mesmo com os calendários e horários dos mídias. Desta forma as organizações sociais pressionam o campo jornalístico para adquirir visibilidade no espaço público. Esta multiplicação de fontes representam a própria complexificação do sistema social global que se observa na modernidade, quando se diversificam as instâncias produtoras de discursos assim como os canais, formas e quantidade de informação, bem como novos atores sociais entram em cena. Para Chaparro este movimento tem nome.

Nesse mundo falante e institucionalizado, o que dinamiza a realidade, e a altera, é a força desorganizativa ou reorganizativa da informação. Noticiar tornou-se a forma mais eficaz de agir no mundo da democracia e do mercado. E criar acontecimentos, recheá-los de conteúdo jornalístico, a mais competente intervenção discursiva das instituições. Quem controla os acontecimentos produz os fatos, os atos, as falas, os saberes, serviços e produtos que nutrem irrecusavelmente os conteúdos jornalísticos. E a competência de produzir e difundir discursos —isto é, a competência de dizer para agir e de agir quando se diz— enriquece a democracia, dinamiza as tramas culturais, dá sentidos novos à cidadania. Esse é o cenário de uma profunda perturbação dos processos jornalísticos, a que podemos chamar ‘Revolução das Fontes’. As fontes se profissionalizaram,

assimilaram os conceitos, a linguagem e a lógica do jornalismo, capacitaram seus protagonistas, desenvolveram competência no uso das novas tecnologias para a valorização decisiva da dimensão comunicativa dos acontecimentos. Governos, partidos políticos, empresas, igrejas, clubes, minorias organizadas, movimentos sociais, grupos culturais, sindicatos —os sujeitos institucionais— se manifestam por meio de acontecimentos planejados para serem notícia. Em decorrência disso, porque controlam os acontecimentos noticiáveis e noticiados, geram também os conteúdos jornalísticos.²⁹

Esta estratégia de visibilidade pública empreendida pelas fontes, segundo Chaparro, convém à democracia, à lógica do mercado e à ação institucionalizada dos sujeitos sociais. Isto porque, ao mesmo tempo que se democratiza o acesso ao campo jornalístico com uma certa abertura para falas não necessariamente dos campos sociais dominantes, porém, o campo jornalístico é invadido, também, pela propaganda. Para o autor, a agenda midiática representa três tipos de intervenções, que referem-se a acontecimentos programados e controlados por agentes interessados; revelações e falas planejadas e controladas por instituições ou pessoas também interessadas; e acontecimentos imprevistos, não programados.

A verdade é que os jornalistas das redações deixaram de ser os únicos a pensar na edição do dia seguinte. O projeto da próxima edição tornou-se uma criação partilhada entre os profissionais que, nas redações, têm a atribuição e a responsabilidade de decidir o que publicar, como publicar, e aqueles que, atuando nas instituições produtoras de acontecimentos, municiam de conteúdos e idéias os pontos estratégicos das redações, com informações jornalisticamente ordenadas, propostas de pauta, fotografias, materiais de suporte ou de consulta, e até textos prontos, de artigos que, no dia seguinte, talvez recheiem as chamadas páginas de opinião.³⁰

Além da pressão das fontes, os jornalistas têm de lidar cotidianamente com as pressões organizacionais relativas aos constrangimentos impostos por quem detém e controla os meios, dos anunciantes, dos *lobbies* e interesses políticos, e da própria comunidade profissional. Todas estes espaços de interação, negociação e conflitualidade dinamizam o funcionamento do campo jornalístico e determinam sua margem de ação, naquilo que se constitui uma luta simbólica permanente, ao estilo descrito por Bourdieu.³¹

ENTÃO, SE É PRECISO CONCLUIR...

A realidade social, quando observada a partir da interação entre o campo social da mídia e dos movimentos sociais contemporâneos, como propomos, diz-nos da necessidade de um avanço que passa pela ocupação estratégica da parte movimentos sociais do espaço público midiático. Esta ocupação, por sua vez, passa por um novo posicionamento dos intelectuais que trabalham nesta área, no sentido de assumirem também estes seus papéis sociais enquanto interventores responsáveis e solidários na sociedade civil global, formando os sujeitos sociais para a ocupação planejada dos espaços midiáticos —comerciais, alternativos, próprios, etc.—. É preciso organizar o futuro. É preciso uma comunicação que se faça respeitando os pressupostos filosóficos da sustentabilidade. Se queremos o desenvolvimento sustentável, devemos compreender que ele passa pela comunicação sustentável.

BIBLIOGRAFIA.

- BOURDIEU, Pierre. (1974). *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva.
- . (1989). *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil.
- CHAPARRO, Manuel Carlos (2000). “O acontecimento como discurso”. *Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 14 (1-2), 2000, 295-304.*
- ESTEVES, João Pissarra (2003). *A ética da comunicação e os media modernos: legitimidade e poder nas sociedades complexas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- . (2003). *Espaço público e democracia: comunicação, processo de sentido e identidade social*. São Leopoldo: Ed Unisinos.
- MORIN, E. (2001). *Introdução ao pensamento complexo*. Lisboa: Instituto Piaget.
- . (1996). *Ciência com consciência*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- PINTO, Manuel (2000). “Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo”. *Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 14 (1-2), 2000, 277-294.*
- RODRIGUES, A. (1994). *Comunicação e cultura*. Lisboa: Presença.
- SANTOS, Rogério. (1997). *A negociação entre jornalistas e fontes*. Coimbra: Livraria Minerva Editora.
- SCHUDSON, Michael (1988): “Porque é que as notícias são como são?” em *Revista de Comunicação e Linguagens*, n. 8, dezembro de 1988, p. (17-27).
- . (1995). “A “esfera pública” e os seus problemas: reintroduzir a questão do Estado”. *Revista Comunicação e Linguagens*, n. 21-22, Edições Cosmos Lisboa, dezembro de 1995. p (149-166).
- SODRÉ, Muniz.(2001): “Comunicação, um novo sistema do pensamento”. In FAUSTO NETO, A et alii. *Campo da comunicação; caracterização, problematizações e perspectivas*. João Pessoa: E. Universitária.
- SODRÉ, M. (2002): “O *ethos* midiaticizado”. In: ———. *Antropológica do espelho*. Petrópolis: Vozes.
- TRAQUINA, Nelson (2001). *O Estudo do Jornalismo no Século XX*. São Leopoldo: Ed. Unisinos.
- . (2000). “A redescoberta do poder do jornalismo: análise da teoria do agendamento”. In TRAQUINA, Nelson. *O poder do jornalismo. Análise e textos da teoria do agendamento*. Coimbra: Livraria Minerva Editora.
- WOLTON, Dominique (1995): “*As contradições do espaço público mediatizado*”. In *Revista Comunicação e Linguagens*, n. 21-22, Edições Cosmos Lisboa, dezembro de 1995. p (167-187)
- . (2004). *A outra globalização*. Algés: Difel.
- . (1999). *Pensar a comunicação*. Lisboa: Difel, 1999.
- . (2000). *Internet, y después?* Barcelona: Gedisa.

NOTAS.

1. O presente trabalho foi realizado com o apoio do CNPq, uma entidade do Governo Brasileiro voltada para o desenvolvimento científico e tecnológico.
2. “Naturalmente, no culminar deste percurso, a religião sofreu profundas alterações e o seu papel na sociedade tornou-se muito diferente. A separação que a modernidade consagra entre a Igreja e o Estado resulta numa profunda redefinição da função social da religião e traduz-se na diferenciação do político e do religioso, com base na especialização funcional de cada um destes domínios. ... Este novo estatuto da religião contém os germes da modernidade e nele radicam os primeiros fundamentos da teoria dos campos, isto é, de um processo de desenvolvimento que tem por base a progressiva diferenciação e autonomização dos campos sociais.” (Esteves, 2003, p. 115, 116).
3. Esteves, 2003, p. 118.
4. Esteves, 2003, p. 119.
5. Esteves, 2003, p. 127 e 128.
6. Esteves, 2003, p. 131.
7. Aqui é preciso distinguir entre informação e comunicação. Para Rodrigues (1994), enquanto a informação pertence à esfera da transmissão, a comunicação refere-se a uma relação intersubjetiva, enraiza-se na experiência particular.
8. Rodrigues, 1994.
9. Sodré, 2002.
10. Processo que dá visibilidade pública aos acontecimentos com a passagem dos discursos dos campos sociais diversos pelas tecnologias de informação. Este processo é diferente do processo de mediação, que acontece independente da sua tecnologização.
11. Esteves, 2003, p. 240.
12. Esteves, 2003b, p. 22.
13. Schudson, 1995.
14. Wolton, 1995, p. 167-187.
15. Wolton, 2004.
16. Esteves, 2003, b.
17. Esteves, 2003b, p. 61.
18. Esteves, 2003b, p. 20.
19. Esteves, 2003b, p. 39.
20. Esteves, 2003b, p. 45.
21. Gitlin, 1980: 3, in Esteves, 2003, nota p. 168 a 170.
22. O conceito do agendamento foi exposto pela primeira vez por McCombs e Shaw, 1972, quando o paradigma vigente na *communication research* apontava que o poder dos meios de comunicação era reduzido e os seus efeitos limitados. Desde então muitas análises e artigos têm sido escritos baseados nesta “hipótese” da literatura do newsmaking ou produção de notícias, Molotch e Lester avançam ao oferecerem um quadro que dá conta da dinâmica e complexidade de relações entre a agenda pública, a agenda política governamental e a agenda mediática, ao apresentarem três categorias de pessoas com diferentes posições na organização do trabalho jornalístico: os promotores de notícia (news promoters); os profissionais (news assemblers), e os consumidores de notícia. Molotch e Lester afirmam a existência de interesses na promoção de certas ocorrências ou em evitar que estas se tornem em acontecimentos públicos. Ou seja, os promotores de notícias atuam estrategicamente, e, assim, estabelece-se uma luta simbólica, resultado da concorrência entre promotores na mobilização de ocorrências ou de questões como recurso na construção da experiência, onde o campo jornalístico constitui um alvo destas ações. Um objetivo primordial da luta política consiste em fazer coincidir as suas necessidades de acontecimentos com as dos profissionais do campo jornalístico, segundo Traquina. Os promotores

de notícias (fontes) diferenciam-se pelo acesso desigual ao campo jornalístico. Segundo Molotch e Lester, aqueles que não têm acesso regular ao campo jornalístico precisam entrar em conflito com o sistema de produção jornalística, gerando a surpresa, o choque ou uma qualquer forma de agitação, de forma a perturbar o mundo social para perturbar as formas habituais de produção de acontecimentos, e assim “perturbar” a agenda midiática. Para aprofundar estas questões ver Traquina 2000 e Traquina 2001.

23. Santos, 1997.
24. Molotch e Lester, 1975, citados in Santos, 1997.
25. Santos, 1997.
26. Traquina, 2000 e Traquina, 2001.
27. Gans, 1979, citado in Traquina, 2001, p. 111.
28. Pinto, 2000.
29. Chaparro, 2000, p. 295-304.
30. Chaparro, 2000, p. 295-304.
31. Para Bourdieu as interações simbólicas dependem da estrutura interna do grupo onde se realizam e da estrutura social, externa, em que os agentes estão inseridos - as estruturas de relações sociais. Portanto, é preciso aprender a estrutura que permeia as relações internas e externas do grupo para entender o processo interativo dos sujeitos. O que está em jogo no campo simbólico é o poder político exercido por diferentes agentes que ocupam posições diferenciadas no campo simbólico, onde os atos sociais funcionam como tradutores das posições ocupadas. Este poder político é mediado pela linguagem e é comunicador das ideologias. O poder do produtor simbólico está relacionado com a posição que ocupa no interior do sistema de produção e circulação de bens simbólicos, e à posição na hierarquia cultural dos graus de consagração. É no interior do campo simbólico que são travadas relações de força. E a própria posição no campo funciona como mediação das relações de produção e difusão do material simbólico. Lutas simbólicas se presentificam nos conflitos da vida cotidiana, onde está em jogo a legitimação de uma ou outra forma de expressão da realidade. O poder simbólico não está no sistema de símbolos que ele agrega, mas no exercício de expressá-los, comunicá-los, legitimá-los perante o outro, exercendo poder político e social. É a crença na legitimidade da palavra que lhe dá poder. A palavra em si não tem poder. Para aprofundar estas questões ver Bourdieu 1974 e Bourdieu 1989.