



A ATUAÇÃO DAS ASSESSORIAS DE IMPRENSA DE ENTIDADES DE DEFESA DOS DIREITOS HUMANOS: ENTRE DISPUTAS NO CAMPO MIDIÁTICO

Cléber Moletta¹

Marcelo Engel Bronosky²

RESUMO: O objetivo deste artigo é discutir como as assessorias de imprensa de entidades de defesa dos direitos humanos atuam, em contexto de midiaticização. Esta reflexão leva em conta as possibilidades de mediações técnicas e a abertura de espaços próprios de circulação de notícias. Apresentaremos o conceito de midiaticização de Muniz Sodré (2006) e o conceito de poder simbólico de Pierre Bourdieu (1989;2004). Por fim, faremos uma análise conjuntural da atuação simbólica destas entidades no contexto midiático atual e como este cenário pode participar da formação da opinião pública, considerando o objeto de estudo – assessoria de imprensa – e os conceitos apresentados no texto – midiaticização e poder simbólico.

¹ Jornalista profissional. Mestrando no PPG em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa. E-mail: clebermoletta@hotmail.com.

² Jornalista (Universidade Estadual de Ponta Grossa, 1994), mestre em Comunicação Social (Universidade Metodista de São Paulo, 1998) e doutor em Ciências da Comunicação (Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2008). Atualmente é professor titular da Universidade Estadual de Ponta Grossa dos cursos de graduação em Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo em tempo de dedicação exclusiva. E-mail: mebrono@yahoo.com.br

PALAVRAS-CHAVE: *Assessoria de imprensa; midiaticização; direitos humanos.*

INTRODUÇÃO

Com a tecnologia determinando um novo modo de mediação – o *bios* midiático (SODRÉ, 2006, p.22) - surgem novas possibilidades de circulação de notícias no meio social. São novas possibilidades de comunicar para públicos por meio destas tecnologias, sem dispor – necessariamente – de grandes estruturas físicas para produzir e circular, por exemplo, conteúdo jornalístico. Esta mudança em princípio estrutural aponta para uma reflexão teórica sobre como se produz jornalismo neste contexto cada vez mais midiaticizado e quais são os impactos no campo jornalístico. Refletiremos sobre o caso das assessorias de imprensa de entidades ligadas a defesa dos direitos humanos e sua atuação midiaticizada, tendo como perspectiva a participação destas estruturas na formação dos discursos no espaço público.

Um dos objetivos é pensar como as instituições atuam simbolicamente, não somente do ponto de vista estruturado – se valendo de novas práticas e técnicas disponíveis com a tecnologia – , mas, usando os termos de Bourdieu (1989), estruturante, usando a notícia como um elemento simbólico capaz de se converter em força política para determinada causa ou entidade. Esta atuação mediada pela tecnologia, cada vez mais presente, passa a determinar a ação do assessor de imprensa em sua atividade prática e tencionar o campo jornalístico, conjuntura que forja um prática específica dentro de entidades como as de defesa dos direitos humanos, que necessitam da visibilidade de suas ações e temas para participarem de debates públicos.

Este artigo pretende debater como as possibilidades técnicas de mediação – como sites e redes sociais, por exemplo – contribuem para atuação das assessorias de imprensa, como estas ferramentas são utilizadas para 'vender' o produto das instituições, levando em conta as tensões do campo de disputa no qual se encontram. Ainda na perspectiva bourdiana, refletiremos sobre como as assessorias atuam e 'fazem coisas com palavras' (Bourdieu, 2004, p.166-167), como participam da disputa que constrói determinado discurso público, oferecendo uma argumentação que representa parte da sociedade, considerando este processo fundamental para a formação da opinião pública, ou como potencialmente podem atuar.

MIDIATIZAÇÃO E BIOS MIDIÁTICO

A circulação de informações atualmente passa a ser realizada, também, por diferentes tecnologias. Assim, se constitui uma nova cena informativa mundial, na qual as interações acontecem cada vez mais através de meios técnicos. Este cenário é conceituado por Muniz Sodré (2006) como o modo de mediação realizado por uma tecnologia, feita através de uma prótese tecnológica, um *medium*. São tecnologias que surgem em um novo contexto econômico e político, no qual se exige mais velocidade e agilidade na comunicação, sobretudo como mecanismo de mercado.

Trata-se de um dispositivo cultural historicamente emergente no momento em que o processo de comunicação é técnica e mercadologicamente redefinido pela informação, isto é, por um produto e serviço da lei estrutural do valor, também conhecida como capital (SODRÉ, 2006, p. 20-21)

Midiatização, portanto, se caracteriza como um tipo específico de interação que se realiza por meios tecnológicos. Diferente de mediação, que se trata de um código, um símbolo pelo qual ocorre a comunicação oral ou escrita, por exemplo, não um meio físico, mas simbólico de troca de informações. Interação, por sua vez, é o modo operativo da mediação (SODRÉ, 2006, p. 20).

Dentro desta oferta maior de modos de se comunicar via meios tecnológicos – interagir usando um meio tecnológico –, o autor aponta que cada vez as pessoas valorizam as relações por meio das mídias, criam um modo de existência humana de acordo com estas tecnologias. Como uma consequência desta valorização, ele descreve um novo modo de vida, um *bios* midiático. Ele parte dos três *bios* conceituados por Aristóteles como existentes na Pólis – o *bios theoretikos* (vida contemplativa), *bios politikos* (vida política) e *bios apolaustikos* (vida prazerosa) – para sugerir, com o advento da midiatização, a vida em uma nova *bios*, a midiática (SODRÉ, 2006, p.22). O autor sugere, então, uma mudança acentuada nas relações humanas, que agregam cada vez mais meios tecnológicos e passam a realizar diferentes tarefas através deles, estabelecendo uma comunicação constante.

Nesta conjuntura, na qual as tecnologias têm papel preponderante na vida cotidiana das pessoas, podemos considerar diferentes aspectos de como esta nova *bios*

ocorre e determina a sociedade, uma entrada pode ser a produção e circulação de notícias, que passa a ser realizada livremente e sem limites no ambiente midiaticizado. Uma das questões apontadas por Sodré (2006) é justamente acerca da democratização da mídia, no sentido de desmonopolizar o controle de informação com a existência de meios técnicos acessíveis, que para ele não ocorrem somente pela criação de novas ferramentas de circulação de informação e de interação, nas quais aparentemente os 'pequenos' se assemelham aos 'grandes'. Isso porque a tecnocultura está baseada em um modelo de mercado e meios de comunicação (SODRÉ, 2006, p.23).

A percepção de que uma sociedade midiaticizada representa uma 'democratização' da circulação de ideias e de livre exercício da cidadania, pode ser pensada como potencial, mas não ultrapassa uma mera especulação quando se reflete a realidade, como alerta Sodré (2006, p.23-24), se referindo a existência de uma comunidade do gosto, que é estatisticamente determinada. Mesmo com as possibilidades técnicas que mudam de fato o modo de vida social, o modo como esta vida se organiza, são mantidas as desigualdades sociais, com a prevalência de um discurso hegemônico (SODRÉ, 2003, p.32-37). O processo de midiaticização ocorre por e em função de um liberalismo que se vale de outras práticas de operação, mas mantém um cenário de desigualdades, um contexto econômico e político que determina o modo como ocorrem as relações neste espaço midiaticizado, aparentemente sem controle.

Este cenário contextual de midiaticização nos ajudará a pensar como emergem, na cena informativa, novas possibilidades de interação e exposição pública, o que ocorre aparentemente em ambiência horizontalizada e de livre acesso. Assim como Sodré (2006), reflete sobre o avanço do aparato técnico e a permanência de uma lógica política e econômica de maneira ampla, é possível pensar modos de produção e circulação de notícias neste ambiente midiaticizado.

ATUAÇÃO SIMBÓLICA DAS ASSESSORIAS DE IMPRENSA

Neste contexto midiaticizado de interações, ou seja, mediação realizada por dispositivos tecnológicos, se mantém um serviço que surge com a expansão dos meios de comunicações de massa: a assessoria de imprensa. O serviço nasce nos Estados Unidos no início do século XX como uma estrutura que presta serviços para jornalistas e empresas jornalísticas (WEY, 1985, p.31), atendendo aos interesses do assessorado na

produção da notícia, com objetivo de controlar a informação que chega ao público por meio da imprensa de massa. No mosaico de possibilidades informativas que se forma no ambiente midiático, ou seja, de se comunicar com sujeitos por meios tecnológicos, a assessoria de imprensa ocupa também outros espaços de atuação, não somente o de assessorar a mídia.

As possibilidades de realizar interações por dispositivos tecnológicos garantem às assessorias uma entrada neste novo ambiente de circulação de notícias. Com esta nova possibilidade técnica, de interagir por dispositivos tecnológicos, as assessorias de imprensa/organizações passam a integrar uma rede de produção e circulação de informação, caracterizada pelo modo como as notícias circulam na internet, possibilitando diferentes fluxos informativos (BRUNS, 2011). Esta expansão na circulação das notícias de determinada instituição é um fator que também determina a relação com os meios de comunicação tradicionais – uma das 'principais' atribuições da assessoria. Este ambiente aparentemente ilimitado em potencial de público e espaço (volume e quantidade) de interações é determinado por algo que vai além da estrutura de circulação da notícia, como no caso de sites institucionais nos quais se veiculam notícias sem o filtro de meios de comunicação e jornalistas externos a organização.

As mudanças tecnológicas representam novos espaços de circulação de notícias, como apontamos no tópico acima, mas não determinam a participação simbólica dos discursos que estão disponíveis em diferentes espaços. A reflexão de Pierre Bourdieu (2006;1987) sobre o poder simbólico e sua abordagem metodológica permite uma compreensão das complexas relações sociais pode contribuir para entender a relação de como as instituições aparecem nesta cena informativa.

Como uma prática metodológica, Bourdieu propõem admitir a existência de uma estrutura objetiva que de fato determina o modo como o mundo se organiza. Junto a ela, existem elementos simbólicos não materiais, aqueles que não se pode ver, mas que determinam o modo como a sociedade se organiza. Bourdieu, apesar desta posição, claramente rompe com o estruturalismo, e oferece então estas duas maneiras de agir metodologicamente³, se coloca como um estruturalista construtivista, ou construtivista estruturalista. As duas fazem uma relação dialética que deve ser considerada no

3 Fernández (2013) escreve sobre as raízes da sociologia proposta por Bourdieu e como um de seus objetivos romper com a interpretação dualista da realidade social.

momento de se explicar as “lutas cotidianas, individuais ou coletivas, que visam transformar ou conservar estas estruturas” (BOURDIEU, 1989, p.152).

Como uma abordagem mais estruturalista, se apresentam os sistemas simbólicos estruturados. A estrutura estruturada reflete algo como 'o produto pronto', são “as estruturas objetivas que o sociólogo constrói no momento objetivista”, e continua, dizendo que estas “são o fundamento das representações subjetivas e constituem as coações estruturais que pesam nas interações”, (BOURDIEU, 2004, p.152). Bourdieu recorre ao termo *opus operatum* (referência a algo já feito, pronto, concluído), para demonstrar sua oposição ao simbolismo estruturante, que não pode ser definido como objeto real e palpável, o processo de se fazer algo (classificado como *modus operandi*).

Se atendo ao primeiro aspecto – estruturas estruturadas -, as assessorias de imprensa em contexto de midiaticização, operam com estruturas diferentes daquela anterior. Pode-se dizer, utilizando uma metáfora, que as assessorias de imprensa antes atuavam nos bastidores da produção da notícia, com estas novas estruturas, atuam no mesmo palco que a imprensa tradicional. O potencial de alcance destas assessorias será determinado pela capacidade simbólica de atuar. Num processo de expansão e sucesso na tentativa de agendar os meios, os sites institucionais e redes sociais representam – na perspectiva estruturante, a ultrapassagem de um limite que sem as mídias digitais era mais dificilmente superada. No cenário atual de midiaticização, a emissão e produção de notícias está despolarizada e os meios não tem mais o monopólio da produção informativa.

Se do ponto de vista estruturado ocorre um avanço (a participação na produção e circulação de informações em ambiente midiaticizado), as formas simbólicas estruturantes permanecem sendo algo mais sensível de ser alcançado, elas são o 'processo' de construção de uma realidade social, determinada por diferentes forças que atuam simbolicamente, sem serem notadas visível ou fisicamente. Bourdieu toma como partida, para falar em sistemas simbólicos estruturantes, a tradição neo-kantiana que trata as formas simbólicas como sendo “instrumentos de conhecimentos e construção do mundo dos objetos” e de Durkheim, que considera as formas simbólicas particulares, que representam um grupo específico e socialmente definido, não as formas universais e transcendentais. Com estas referências, Bourdieu se apropria de ambos e avança

dizendo que “a objetividade do sentido do mundo define-se pela concordância das subjetividades estruturantes” (BOURDIEU, 1989, p.8).

Nesta perspectiva, dividindo a análise em duas, Bourdieu vai apontar que os agentes estão dispostos no espaço social global em duas dimensões: primeiro em relação aos capitais que eles possuem em diferentes espécies e, segundo: “de acordo com a estrutura de seu capital, isto é, de acordo com o peso relativo das diferentes espécies de capital, econômico e cultural, no volume total de seu capital”, (BOURDIEU, 2004, p.154). Presente no real, na dimensão existencial e fenomenológica do mundo, os capitais vão se convertendo em capital simbólico de acordo com o modo como vão se internalizando na cultura de determinado grupo.

Cualquier especie de capital puede convertirse en capital simbólico cuando es percibida según unas categorías de percepción que son, al menos en parte, fruto de la incorporación de las estructuras de un universo social o de un campo específico dentro de él (Fernández Fernández , 2013, p.36)

Em determinado campo de atuação, estes capitais interferem no modo como age e se organiza os agentes e como se dão as relações de disputa. Determinam, então, o *habitus* de um grupo, entendido “ao mesmo tempo [como] um sistema de esquemas de produção de práticas e um sistema de esquemas de percepção e apreciação de práticas” (BOURDIEU, 2004, p.158). Por isso, expõem a posição social em que foi construído. Em consequência, produz práticas e representações que podem ser classificadas, que são diferentes. Mas só serão percebidas se o agente tiver o código para compreendê-los, quer dizer, serem entendido por alguém que dispõem ou adquire a capacidade de compreender tal grupo. Assim, o *habitus* oferece uma percepção do senso comum evidente (BOURDIEU, 2004, p.159).

Interpretando Bourdieu, a leitura do atual cenário de assessorias de imprensa que atuam em espaços próprios e buscam consolidar uma participação na cena informativa independente dos meios, depende necessariamente de condições adquiridas por quem esta ‘falando’, ou, mais diretamente, da instituição e tema em questão. Mas não se discute a possibilidade técnica que supera o estágio anterior de meios de massa. Este ambiente aparentemente não controlado no qual circulam as informações depende de diversas variáveis, sem que alguém a controle completamente. Isso porque

a legitimação da ordem social não é produto, como alguns acreditam, de uma ação deliberadamente orientada de propaganda ou de imposição simbólica; ela resulta do fato de que os agentes aplicam às estruturas objetivas do mundo social estruturas de percepção e apreciação do que são provenientes dessas estruturas objetivas e tendem por isso a perceber o mundo como evidente (BOURDIEU, 2004, p.163)

Quem fala, não apenas o que e como fala, determinam o modo como esta mensagem será aceita, utilizada, interpretada no espaço público. E a definição do capital adquirido por determinado agente, que distintivos ele possui, ocorre em um processo anterior a ação propriamente dita. O que Bourdieu classifica como distintivos são como elementos que compõem o poder simbólico de determinado ator social, capitais que diferenciam determinado cidadão (ou, para aproximar de nosso objeto, instituições) de outros. Se dividem em objetivo, como um título acadêmico ou uma determinação jurídica, e subjetivo, algo que se conseguiu ‘provando’, por mérito, por exemplo (BOURDIEU, 2004, p.161-164). Mais que estruturas que tecnicamente fazem a notícia circular, o que determina a 'eficácia' da absorção daquilo que é dito não são simplesmente as palavras. “O que faz o poder das palavras e das palavras de ordem, poder de manter a ordem ou de a subverter, é a crença na legitimidade das palavras e daquele que as pronuncia, crença cuja produção não é da competência das palavras” (BOURDIEU, 1989, p.15).

Todas as relações de comunicação são relações de poder que dependem da forma e do conteúdo, são estruturas estruturantes e estruturadas, dependem do poder acumulado de quem fala (BOURDIEU, 1989, p.11) em um campo de disputa, estes poderes travam uma luta simbólica de dominação sobre o dominado (BOURDIEU, 1989, p.12). O poder simbólico é uma força “irreconhecível, transfigurada e transformada” que transforma outros poderes em poder simbólico, quer dizer, em poder que faz coisas objetivamente sem gastar energia (BOURDIEU, 1989, p.15).

Ainda recorrendo a Bourdieu, é possível questionar, o que as assessorias de imprensa pretendem “fazer com as palavras” (BOURDIEU, 2004, p.166-167) em seus sites e redes sociais? Mais do que dispor do espaço de circulação de informação, como agem simbolicamente para estruturar determinado discurso ou modo de vida.

JORNALISMO COMO ESTRATÉGIA

Dentro do conceito de *habitus*, que torna práticas de determinada sociedade naturalizadas, existem estratégias que o agente realiza para que de fato se construa determinada realidade. A estratégia reproduz as condições do *habitus* e o 'realimenta', por vezes de forma contraditória (TRIGO, 1998, p.52-53), pois como aponta Bourdieu, a sociedade é dinâmica e diferentes situações se apresentam e exigem uma adaptação do agir.

Não existe uma regra que determine como uma função será realizada pelo agente, o *habitus* é fundamental para este agir, mas, como dissemos anteriormente, a realidade é dinâmica. O esforço de Bourdieu, com a noção de estratégia, é para contrapor outra noção, a de regra, vinda do estruturalismo. Ele reforça a estratégia como um instrumento que dá autonomia ao sujeito em um campo de disputa. Isto elimina o preestabelecido, de se prever e determinar exatamente o que vai acontecer com base na estrutura social.

A noção de estratégia é o instrumento de uma ruptura com o ponto de vista objetivista e com a ação sem agente que o estruturalismo supõe (recorrendo, por exemplo, à noção de inconsciente). Mas pode-se recusar a ver a estratégia como o produto de um programa inconsciente, sem fazer dela o produto de um cálculo consciente e racional. Ela é produto do senso prático como sentido do jogo, de um jogo social particular, historicamente definido, que se adquire desde a infância (BOURDIEU, 2004, p.81)

Para ilustrar esta noção de estratégia, operada em um senso prático, Bourdieu (2004) utiliza a metáfora do jogo. Esta noção não se trata de uma ação planejada e totalmente controlada, imposta ou determinada por uma regra preestabelecida, é a capacidade do jogador, de realizar, de acordo com as possibilidades do jogo, ações que ele seja capaz de perceber e realizar, e estas ações que por vezes não estão inscritas, mas estabelecidas pelo *habitus*.

O *habitus* como sentido do jogo é jogo social incorporado, transformado em natureza. Nada é simultaneamente mais livre e mais coagido do que a ação do bom jogador. Ele fica naturalmente no lugar em que a bola vai cair, como se a bola o comandasse, mas, desse modo, ele comanda a bola. O *habitus* como social inscrito no corpo, no indivíduo biológico, permite produzir a infinidade de atos de jogo que estão inscritos no jogo em estado de possibilidades e de exigências objetivas; as coações e as exigências do jogo, ainda que não estejam reunidas num código de regras, impõem-se àqueles e somente àqueles que, por terem o sentido do jogo, isto é, o senso da

necessidade imanente do jogo, estão preparados para percebê-las e realizá-las (BOURDIEU, 2004, p.82).

Esta noção de estratégias obedece a uma certa regularidade, repetição, mas não no sentido de regras, que sempre determinaram o modo como ocorreram as ações dos sujeitos em determinada sociedade.

A noção de estratégia de Bourdieu, no contexto de mediação, permite uma reflexão da ação de estruturas de assessoria de imprensa. A mediação proporciona ao assessor mais possibilidades de emissão de mensagens (ainda com a metáfora do jogo, mais possibilidades de jogar), com ampliação de público e direcionamento das mensagens a públicos específicos. Não está determinado em regras como os espaços tecnológicos devem ser usados para circulação das notícias – no caso do jornalismo institucional -, estes fluxos e apropriações dependerão de como as assessorias realizarão, dentro dos capitais que dispõem, usos estratégicos dos meios disponíveis – como sites e redes sociais.

Não está determinado, portanto, como estas estruturas de produção de conteúdo podem agir, mas existe uma lógica de circulação de informações e funcionamento dentro deste campo que orienta as estratégias das assessorias de imprensa, seja legitimando-as, seja as refutando e refazendo-as. O grande diferencial desta possibilidade, pode-se dizer, está em poder realizar a mediação em estruturas que antes não eram acessíveis.

A formação de um discurso se apresenta como uma disputa permanente. Com isso claro, os conceitos de Bourdieu apresentados até aqui contribuem para uma reflexão sobre a ação das assessorias de imprensa em mídias institucionais, espaço que possibilita a mediação por meio técnico, e na qual o discurso jornalístico se apresenta como linguagem possível de ser usada como estratégia, no sentido de disputar a formação de um discurso público. Tentaremos esta reflexão no tópico a seguir.

O ESPAÇO MEDIATIZADO COMO CAMPO DE DISPUTA

Oferecer notícias produzidas pelas assessorias de imprensa em sites e redes sociais na Internet é uma prática realizada em diferentes instituições do terceiro setor

que atuam na área de Direitos Humanos⁴. Estes espaços de circulação das notícias se realizam por meios técnicos que caracterizam a midiaticização, ou, mediações realizadas por dispositivos técnicos. Caracteriza, ainda, conforme Sodré (2006), a circulação em uma nova esfera de existência humana, classificada como *bios* midiático. Estes espaços permitem que as notícias produzidas por entidades sejam veiculadas nestes espaços e controladas – no sentido de que conteúdo publicar, que formato utilizar, que critérios de noticiabilidade e que fontes utilizar – pela própria instituição.

Considerando este dispositivo tecnicamente acessível em relação a outras formas de circulação de notícia – rádio, televisão, jornais impressos, que exigem uma concessão pública, ou aquisição de espaço, no caso de rádio e televisão, ou de dispor de suporte logístico para circulação de um produto impresso -, os sites institucionais e as redes sociais na Internet se apresentam como estruturas viáveis para setores que não dispõem de outros espaços ou de grandes quantidade de recursos financeiros.

Aproximando-se com o que diz Bourdieu (1989;2004), estas mídias são como estruturas estruturadas, como uma primeira referência de leitura da organização social. Estas mídias, ou o espaço midiaticizado, está disponível para diferentes sujeitos sem necessariamente depender de grande capital econômico. Traçando um paralelo a partir do que diz Sodré (2006, p.23), se apresentam, aparentemente, como uma possibilidade que torna grande e pequenos do mesmo tamanho, no sentido de garantir uma estrutura de veiculação de informação não garantida por outros meios.

Uma leitura do ponto de vista estruturante, ou seja, aquela que determina o processo de construção das realidades sociais (BOURDIEU, 1989, p.9), os espaços ocupados em sites e redes sociais por estas instituições é determinado por seu poder simbólico – ou seja, capital econômico, social e cultural adquiridos capazes de se converter em poder simbólico. Por esta perspectiva, estas ferramentas se colocam em um campo de disputa no qual estas instituições, em razão daquilo que realizam, se encontra. A notícia, que passa a circular por dispositivos técnicos, se converte em operação possível de ser realizada pela instituição, que dentro de um *habitus* – do

⁴ A pesquisa desenvolvida no âmbito do mestrado selecionou e acompanha quatro entidades ligadas ao tema – Terra de Direitos, Conectas Direitos Humanos, Inesc e Justiça Global – que oferecem o conteúdo produzido por suas assessorias de imprensa em sites institucionais e conteúdo específico para redes sociais na Internet, conforme levantamentos já realizados pelo autor, mas ainda não publicados.

campo jornalístico – buscando participar da formação de um discurso público, por suas próprias ferramentas – site e redes sociais – ou pressionando a mídia.

Dizer coisa é fazer coisas, na perspectiva de Bourdieu (2004), o que coloca as notícias como um reflexo do posicionamento das lutas das entidades que as produzem. Dispor desta possibilidade pode se reverter em cobertura dos meios de comunicação, desde que o conteúdo vá ao encontro do que é estabelecido como notícia por determinado veículo. A visibilidade no espaço midiático pode fazer com que a instituição seja convocada como fonte ou que seu conteúdo seja utilizado – na íntegra ou em partes – por um jornal, ou ainda garantir um enquadramento favorável.

Especificamente sobre o tema Direitos Humanos, parte da cobertura midiática se restringe a superficialidade no uso dos conceitos e a reduzida utilização de entidades do terceiro setor ligadas ao tema. Um levantamento realizado pela Andi (Agência de Notícias dos Direitos das Crianças), SEDH (Secretaria Especial de Direitos Humanos) e Unesco (Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciências e a Cultura), mapeia como o tema foi tratado por 57 jornais brasileiros no ano de 2004⁵. O diagnóstico aponta que

50,8% dos textos analisados mencionam a expressão Direitos Humanos e 80% citam a palavras direitos. Entretanto, somente 0,5% do total traz um conceito explícito de Direitos Humanos, além do que nada menos de 62% das matérias que usam a expressão discorrem sobre Direitos Humanos em geral. Ou seja, de maneira geral, a cobertura não aborda direitos específicos contidos na Declaração e/ou em outros instrumentos legais (ANDI, 2005, p.302).

Nos 1315 textos analisados 36,5% apresentam falas de fontes oficiais, referentes aos poderes constituídos, 9,2% são de organizações da sociedade civil representam, 1,9% Conselhos e 3% as populações. Os textos não trazem fontes claramente identificadas, em 28,5% (ANDI, 2005, p.305). Das matérias analisadas no levantamento, 11% são as que apresentam opiniões divergentes, mesmo que 36,7% dos textos tenha mais que uma fonte consultada (ANDI, 2005, p.305).

⁵ Trata-se de um levantamento realizado pela ANDI, a Secretaria Especial dos Direitos Humanos (SEDH) e a Unesco, sobre a cobertura da mídia impressa brasileira na área dos Direitos Humanos. A pesquisa analisou 1.315 textos, (matérias, artigos, editoriais, colunas e entrevistas) veiculados por 57 diários de todas as unidades da federação ao longo de 2004. Para obter os textos que integraram a investigação, usou-se a metodologia do mês composto. Conforme esse método de seleção amostral, sorteiam-se 31 dias entre os 365 do ano, de forma a que todos os meses e dias da semana estejam representados de modo proporcional.

Neste contexto, os sites também se apresentam como alternativa a cobertura midiática, conquistando públicos interna e externamente. Dados obtidos via questionário fechado preenchidos por assessores de imprensa⁶ de três entidades que atuam no setor de Direitos Humanos, mostram que 100% das entidades pretende com o site informar o público interno da entidade, Informar o público externo e contribuir em discussões políticas. A pesquisa não mede o alcance das publicações, trata-se da expectativa do assessor de imprensa. Este resultado, no entanto, demonstra que o espaço também é utilizado pelas entidades para circular notícias sem ter como objetivo principal atender a demanda das mídias tradicionais. A previsão de alcance de públicos externos e internos e a contribuição em discussões políticas é realizada no espaço midiático, sem a participação da imprensa tradicional, se constituindo como uma ferramenta que possibilita a participação das entidades na divulgação de notícias.

O sucesso na expectativa de informar os públicos internos, externos e de formação da opinião pública, depende dos capitais – social, econômico e cultural- que garantem poder simbólico de “fazer coisas com palavras” (BOURDIEU, 2004).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a sociedade midiaticizada e a permanente luta simbólica que ocorre em diferentes campos sociais, como os que envolvem os direitos humanos, os sites e redes sociais na Internet se apresentam como uma possibilidade de atuação de entidades do terceiro setor. Esta atuação, porém, dependerá do capital simbólico já adquirido pela instituição e de como ocorrem as disputas, que outras forças compõem o campo.

Se por um lado a ferramenta por si não basta, dependendo de outras possibilidades simbólicas para sua atuação eficaz, não se pode desconsiderar a potencialidade das mediações técnicas que determinam, cada vez mais, o modo como se organizam as sociedades.

⁶ Dado obtido em levantamento realizado pelo autor em sua pesquisa de mestrado. Os assessores entrevistados são da Conectas Direitos Humanos, Terra de Direitos e Justiça Global. Trata-se de um resultado parcial de material ainda não publicado.

Ao analisar o modo como se constitui midiaticamente a sociedade atual e como as assessorias de imprensa atuam nela, podemos apontar para um novo cenário de luta simbólica no campo jornalístico, na busca pela visibilidade no espaço público mas também na busca de melhor espaço na mídia e espaços jornalísticos hegemônicos, através de tecnologias que compõem a sociedade midiaticizada. Estes espaços tecnicamente mediados, permitem as entidades uma possibilidade de apresentar seus discursos por meios das assessorias de imprensa, com linguagem jornalística. Ocorre, com este movimento, uma tensão no campo jornalístico e na uma ferramenta de disputa da opinião pública por parte das entidades que não tem cobertura sistemática da imprensa.

REFERÊNCIAS

ANDI; Secretaria Especial dos Direitos Humanos; UNESCO. *Mídia & Direitos Humanos*. Coordenado por Veet Vivarta. pesquisa Guilherme Canela. --- Brasília, 2006.

BRUNS, Axel. Gatekeeping, Gatewatching. *Realimentação em tempo Real: novos desafios para o Jornalismo*. p. 119- BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH - Volume 7 - Número 11 – 2011

Bourdieu, Pierre. *O poder simbólico*. Editora Bertrand Brasil S.A, Rio de Janeiro, 1989.

_____, *Coisas Ditas*. Editora Brasiliense, São Paulo, 2004.

SODRÉ, Muniz. “O globalismo como neobarbárie”. In: MORAES, Denis de (Org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

_____. “Eticidade, campo comunicacional e midiaticização”. In: MORAES, Denis de (Org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

NORONHA, Gabriel Vieira; ROCHA, Luiz Guilherme Burlamaqui Soares Porto. “Elias e Bourdieu - Para uma sociologia histórica, ou seria uma história sociológica?”. In: *Revista Habitus: revista eletrônica dos alunos de graduação em Ciências Sociais – IFCS/UFRJ*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 47-58, 30 mar. 2008.

FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, José Manuel. *Capital simbólico, dominación y legitimidad*. Las raíces weberianas de la sociología de Pierre Bourdieu. (Paper) *Revista de sociología*, Nº 98, 1, 2013, p. 33-60.

TRIGO, Maria Helena Bueno. *Habitus, Campo, Estratégia: Uma leitura de Bourdieu*. Cadernos Ceru, Série 2, nº9, 1998.

WEY, Hebe. *O processo de relações públicas*. 2.ed. São Paulo: Summus, 1986.