

A entrevista como gênero de discurso: contaminações entre os campos da mídia e da política

Rejane Vasconcelos Accioly Carvalho**

** Doutora, UFCE.

I. Introdução

A análise dos processos de entrelaçamentos entre o campo da mídia e da política pode assumir múltiplos cursos e perspectivas. Opto por centrar o foco de análise, tal como proposto por Walter Benjamin, nas transformações das formas de contato e exposição dos políticos aos eleitores trazidas pelas técnicas de reprodutibilidade que instauram novos regimes de “presentificação” ampliando e alterando os recursos dramáticos e ritualísticos utilizados.

Admito a entrevista como gênero discursivo e dramático ilustrativo por excelência dos trânsitos e contaminações entre política e mídia. A entrevista como “conversa encenada” pressupõe um terceiro (o eleitor) que a assiste e julga, é peça fundamental tanto das campanhas eleitorais produzidas sob a responsabilidade de candidatos e partidos políticos para veiculação na imprensa escrita ou no rádio e TV, como das matérias de lavra da mídia que lança mão de seus próprios protocolos para cumprir o que invoca como sua “função cívica”: oferecer à sua audiência uma verdade

sobre a política que supostamente ultrapasse os limites interessados da propaganda.

O corpus empírico da análise desenvolvida abrange duas entrevistas de Ciro Gomes, candidato a presidência da República em 2002, realizadas por profissionais das organizações Globo no decorrer do período eleitoral: a primeira, publicada na revista *Época* em 8 de julho, e a segunda, que foi ao ar no programa *Bom Dia Brasil*, da TV Globo em 26 de agosto. As entrevistas selecionadas aconteceram em um momento de ascensão de Ciro, que alcançava nas pesquisas a posição de segundo lugar na preferência do eleitorado em uma campanha que se anunciava competitiva, contexto que não apenas elevava o grau de interesse da mídia em sua cobertura (certamente a mais extensa e profusa desde a campanha presidencial de 1989) mas acirrava sua pretensão de interferir no jogo político ao colocar-se como representante do eleitor e do interesse público ao fazer vir à tona verdades que os guiariam em suas escolhas. A questão central que estabelece o nível de pertinência da análise é: os pressupostos da neutralidade e da objetividade que integram a deontologia midiática são compatibilizados ou desfigurados face a condição reivindicada de ator político pela mídia?

Na análise das entrevistas recorro a algumas das ferramentas teórico metodológicas oferecidas pela pramática conversacional com destaque para : a) particularidades do contexto conversacional estabelecido; b) os turnos de tomada da palavra pelos interlocutores; c) condições que tornam (im)possível o “diálogo”; d) estratégias acionadas pelos interlocutores para consecução de objetivos próprios e eventualmente contraditórios entre si; e) processos de suposição e implicação orientados para a qualificação ou desqualificação dos interlocutores; e) lugares de fala que cada interlocutor constrói para si e que atribui ao outro; f) marcas de imagens construídas por entrevistadores e entrevistado do receptor ideal ou idealizado para quem em última instância de direcionam as performances discursivas dos interlocutores diretos.

2. A entrevista como gênero de discurso: usos nos campos da mídia e da política

“Poderíamos caracterizar uma sociedade pelos gêneros de discurso que ela torna possível e que a tornam possível” (Dominique Mainguenaeu)

A noção de tipos e gêneros de discurso assenta-se no pressuposto de que é possível aplicar critérios de semelhanças e diferenças para classificar a imensa variedade de textos e práticas discursivas produzidas em uma sociedade .

E mais, que estas semelhanças resultariam do conjunto de “coerções” que atuam sobre os falantes fixando para as diversas situações ou contextos sociais regras mais ou menos flexíveis sobre o que e como dizer a partir de determinados “lugares” sociais, para obter determinados “efeitos de sentido” .

Os gêneros discursivos remetem assim para esquemas pré construídos que atuam como fatores de economia cognitiva ao facilitar os processos de entendimento entre interlocutores dotados de “competência genérica” para utilizá-los, em função dos objetivos visados. Há assim uma dimensão estratégica nas formas de apropriações dos gêneros discursivos efetivadas pelos falantes em situações concretas de enunciação.

“Todo gênero de discurso exige daqueles que dele participam que aceitem um certo número de regras mutuamente conhecidas e as sanções previstas para quem as transgredir” (Maingueneau, 2001, p. 69)

A entrevista é um gênero discursivo que se instituiu na modernidade como parte da “tecnologia de produção da verdade” que lhe é peculiar. ¹ A sua forma paradigmática é a da conversa reveladora que se estabelece entre interlocutores que ocupam lugares diferenciados: quem pergunta (entrevistador) e quem responde (entrevistado).

¹ Michael Foucault, *A casa dos loucos*, in *Microfísica do Poder*. Ed. Vozes, Petrópolis: 1977.

Os sub-gêneros das entrevistas são tão numerosos quanto as situações sociais e as finalidades de seu uso: entrevistas para selecionar candidatos a empregos; para chegar a diagnósticos psicológicos ou clínicos; para expor a personalidade de notáveis; para detectar os humores da alma dos homens ordinários; como ferramenta metodológica de pesquisa nas ciências sociais...

A entrevista é um gênero discursivo vital aos dispositivos comunicacionais e regras operatórias dominantes no campo dos mídias. Em sua tarefa de dar visibilidade a todos os campos sociais, a mídia é movida pela compulsão de fazer falar, não apenas registrar os discursos lá onde eles “naturalmente” acontecem, mas incitar a sua produção no ato de indagar, de provocar “acontecimentos” que circulando na “esfera pública” midiaticizada alimentam quotidianamente a nossa noção de *atualidade*.²

A entrevista tanto é utilizada pelos jornalistas como insumo obtido de suas “fontes” para compor e dar legitimidade às matérias publicadas (neste caso aparece como citação ou relato indireto) como pode constituir-se em um produto final com características próprias, que via de regra ganha espaço de destaque nas páginas de revistas semanais, jornais, ou programas de TV. A entrevista ajusta-se sob medida aos protocolos da gramática das mídias áudiovisuais oferecendo à audiência não só a palavra viva, mas a intimidade, o tom coloquial, a *corporalidade*...

A arte de entrevistar, incorporada como *habitus*, é condição de sucesso profissional no campo midiático e difunde-se nos mais diferentes gêneros de programas de TV, dos noticiários aos programas de entretenimento ou “variedades”. A sedução da forma dialogal, da conversa encenada, foi introduzida também nos telejornais: os apresentadores trocam entre si comentários, avaliações, observações por vezes triviais, que atuam como pitadas da “naturalidade” peculiar às conversas ordinárias. Com frequência cada vez maior a frieza dos estúdios é quebrada com cenários mais familiares, versões

² Ver o texto de Eliséo Veron *Construir ele Acontecimento*. Editorial Gedisa Buenos Aires, Argentina: 1987.

de salas de visitas, onde os convidados são recebidos “ao vivo”, ou convocados a presentificar-se na tela de vídeo que compõe o “mobiliário”. A promessa de ampliar a “conversa” acontece ainda no convite dirigido à audiência para entrar no site do programa para opinar, comentar...

Por outro lado a entrevista é de modo especial um dos gêneros discursivos com mais trânsito entre os campos da mídia e da política. Constitui-se uma forma privilegiada de exposição midiática dos personagens da política, ensejando ao entrevistador a ocasião de exercer um papel que lhe é caro, o de representante do “interesse público” em nome do qual as perguntas mais pertinentes ou impertinentes podem ser formuladas. A palavra viva, tão exaltada no imaginário político, é recuperada pela mídia com a vantagem de oferecer ao cidadão eleitor recursos de aferição supostamente mais confiáveis que os do discurso auto-promocional da propaganda política. Ou seja, a entrevista viabilizaria uma química refinada de “harmonização” entre dois princípios centrais aparentemente antagônicos do *ethos* do jornalismo: intervenção e imparcialidade.

3. A campanha presidencial de 2002: contexto competitivo e fenômenos eleitorais

“Agora vão querer fazer comigo o que fizeram com Roseana?”

(Ciro Gomes à revista *Época*, 8/7/2002)

A atmosfera política pré eleitoral já anunciava que a campanha presidencial de 2002 seria competitiva. Os sinais eram visíveis nas disputas internas aos partidos para indicação de candidatos e nas dificuldades em compor alianças, resultando em deslocamentos que desorganizavam posições de força no campo político.

A indicação de Serra como candidato do PSDB à sucessão de FHC esteve longe de ser consensual. Entre as seqüelas resultantes dos interesses preteridos destacam-se dois acontecimentos: afastamento de Tasso da campanha de Serra e apoio público a Ciro Gomes, candidato do PPS, mas companheiro de seu grupo político no Ceará;

ruptura da base governista com a saída do PFL, como desfecho do terremoto provocado pela ascensão e queda do “fenômeno” Roseana Sarney, que em outubro-novembro de 2001 despontou nas pesquisas como candidata que poderia vencer Lula em um segundo turno e portanto com crédito para aspirar de figurar como cabeça de chapa em uma até então provável aliança como o PSDB. Embora o candidato do PT tenha se mantido sempre na liderança, a ameaça de chuvas e trovoadas exigia dos navegantes estado de alerta permanente.

A hipótese proposta é que em campanhas majoritárias o contexto de competitividade associado a índices não desprezíveis de rejeição aos candidatos inicialmente mais cotados, tende a favorecer a emergência de “fenômenos eleitorais”. Estas condições estavam presentes na disputa presidencial de 2002: tanto Serra como Lula carregavam o peso de suscitar em determinadas camadas do eleitorado uma rejeição que alimentava a busca de um terceiro personagem capaz de promover uma harmonização ecumênica entre os sentimentos “anti - FHC” ou “anti - Lula” .

O termo “fenômeno eleitoral” remete para o sentido de *acontecimento excepcional*, que escapa e altera o curso das expectativas de *performances* dos candidatos.³ A nomeação aplica-se portanto a candidatos que em um rápido período de tempo são alçados da condição de meros figurantes para ocupar posição entre os favoritos ao pódio eleitoral. Usando a metáfora da “corrida de cavalos”, um fenômeno eleitoral é um “azarão” que entra na corrida com fôlego e energia insuspeitos para os apostadores iniciados... O fenômeno eleitoral exige uma exposição midiática como condição para seu *acontecimento*. O momento da exposição pública na campanha é, ele próprio, o de constituição do “fenômeno eleitoral”, comportando a *revelação* ou *descoberta* de uma “personalidade” que não se ajusta *ao perfil do político tradicional*. Por outro lado o estatuto de novidade ajusta-se às regras operatórias da mídia na produção incessante de

³ Ver sobre o assunto o texto de minha autoria “*Como se Faz e Desfaz um Fenômeno Eleitoral: o caso Roseana*”, apresentado no GT Rituais, Representações e Narrativas Políticas, no XXVI Encontro Anual da ANPOCS, Caxambu, outubro de 2002.

notícias. E não resta dúvidas que um personagem que emerge como desorganizador das expectativas eleitorais ganha o estatuto da notoriedade tornando-se foco de registros da política, objeto de uma decifração devoradora de detalhes sobre tudo que lhe diga respeito. A mídia apropria-se do “fenômeno” ao nomeá-lo como tal, ao amplificá-lo, ao reduzi-lo aos seus protocolos enunciativos.

O *fenômeno eleitoral* pode ser considerado ainda um subproduto paradigmático das sondagens que captam e mensuram a sua dimensão, apontando para todos que há algo de interessante a ser observado, acompanhado. Cabe à mídia a tarefa de “desdobrar” em capítulos o enredo do fenômeno eleitoral, trazendo à cena outros personagens, outros episódios que possam interferir em seu desfecho.

Outra característica dos fenômenos eleitorais é a tendência a efemeridade: sem enraizamento no campo político eles podem surgir e desaparecer sem deixar muitos rastros.

O fenômeno Roseana por exemplo “aconteceu” em novembro de 2001 com sua exposição como protagonista central dos programas do PFL na TV e “desaconteceu” em março de 2002 quando a mídia nacional dedicou-se às revelações do “escândalo da Lunus”, cujo ponto alto foi a captura da imagem flagrante das 25.888 cédulas de cinquenta reais na operação da polícia federal realizada no escritório do marido da “candidata”.

Na primeira semana de junho Ciro alcança e ultrapassa Serra ocupando o 2º lugar nas pesquisas eleitorais divulgadas pelos Institutos de Pesquisas (IBOPE, Vox Populi e CNT-Sensus).

O estatuto de “fenômeno eleitoral” lhe foi atribuído e ruidosamente registrado em manchetes, capas e matérias dos principais jornais e revistas de circulação nacional.

Época - 8 de julho de 2002

Capa: Fotografia de Ciro Gomes

Legenda principal : 18% Ciro Gomes sobe nas pesquisas e empata com

José Serra. Ciro é bom de TV e apresenta-se como salvador da Pátria

Matéria Sessão Eleições 2002 : Manchete: Ciro embola o jogo- candidato do PPS ganha terreno e quebra polarização entre Lula e Serra

Carta Capital - 10 de julho de 2.002

Capa: foto de *Ciro Gomes*

Legenda: *Ciro Alcança e assusta Serra*

Matéria: *Sessão Seu País - Sucessão*

Título: *Ciro na Jogada*

Chamada: *Ciro Gomes sobe, embola com Serra na disputa pelo segundo lugar e busca apoio do PFL*

Seu país sucessão: *Entrevista com *Ciro Gomes**

Títulos: *Mudar sim, mas sem aventura: *Ciro* revela ameaças de financista, prega o respeito a contratos e fala em alternância de poder segura.*

Veja - 17 de julho

Capa: *Fotos de *Ciro* e *Serra*. Ao fundo a sombra da imagem de *Lula**

Legenda: *Ciro ou *Serra*: quem vai ser o anti-*Lula*?*

Sessão Brasil - *Matéria de capa*

Manchete: *A Luta para ser o anti-*Lula**

Legenda: *Ciro Gomes e *Serra* já estiveram juntos no PSDB. Agora são inimigos e travam uma guerra aberta por uma vaga no segundo turno.*

Brasil: *Ciro Gomes e os Empresários - em alta nas pesquisas, o candidato discute seu programa com os banqueiros*

O rápido crescimento de *Ciro Gomes* nas pesquisas eleitorais foi associado à tática de concentrar o tempo de propaganda partidária da Frente Trabalhista em um único mês (agosto) propiciando uma exposição intensa da imagem de seu candidato totalizando 82 minutos (programas e *spots*). A imprensa ao mesmo tempo que anunciava o *fenômeno *Ciro** também o diagnosticava como “efeito de mídia”, tecendo prognósticos sobre sua brevidade ou “prazo de validade”.

As manobras para acelerar o “desacontecimento” do *fenômeno *Ciro** foram imediatas ao seu anúncio e delas participaram tanto o comando político da campanha do seu principal opositor, *Serra*, que para ele volta suas baterias ofensivas, como a própria mídia. A foto de *Ciro* na capa da revista *Época*, em 8-06-02, em pose de “dandi”,

sugere um outro Collor. A legenda apóia-se no pressuposto de que o leitor reconhece as características por ele partilhada: “Ciro é bom de TV e apresenta-se como Salvador da Pátria.”

A mídia, como ilustrado nas legendas de matérias publicadas em semanários de maior circulação nacional, toma para si a tarefa de revelar ao eleitor um outro *Ciro*, o “verdadeiro”. A entrevista do candidato publicada na revista *Época* e a que foi ao no programa *Bom Dia Brasil* da TV Globo, analisadas nos tópicos seguintes, permitem captar os meandros e escaramuças de um “diálogo” impossível em que os interlocutores se posicionam como inimigos. O desfecho infeliz antecipado pela mídia foi por ela conferido. Na capa da *Veja* de 4 de setembro a manchete: *A reação de Serra - O candidato tucano bate em *Ciro Gomes* na tevê, cresce nas pesquisas, mas o mercado continua nervoso*”. O ciclo do “fenômeno” *Ciro* não foi além de três meses.

Pretende-se assim contribuir para ampliar a discussão entre as afinidades eletivas entre os campos da mídia e da política que se manifestam nos processos de constituição e destituição de “fenômenos eleitorais”.

4. Quando perguntar ofende: a entrevista de *Ciro Gomes* à *Revista Época*

Época entrevistou mais de uma centena de personalidades envolvidas diretamente com a sucessão, num esforço de construir um quadro isento e equilibrado(...)Jamais os concorrentes foram tão examinados, nem tão criticados, nem tiveram tanta oportunidade de se defender, de replicar e treplicar. Quando diagnósticos e soluções são iguais, a personalidade dos concorrentes ganha importância.” (Carta do Editor da revista *Época* de 16 de setembro de 2002)

Na capa da edição 216 da revista *Época* de 8 de julho a foto de *Ciro Gomes* e uma chamada para a matéria que ocupa o topo da hierarquia de seu conteúdo: a entrevista exclusiva do candidato que alcançara 18% nas pesquisas quebrando a polarização entre *Lula* e *Serra*.

A entrevista é acompanhada por um “prefácio” que oferece ao leitor a chave para decifrá-la: trata-se de um duelo entre Ciro e a mídia.

“Adepto de teorias conspiratórias, o ex-ministro Ciro Gomes acredita na existência de uma aliança entre a imprensa e a elite econômica para prejudicar sua campanha e assim beneficiar o candidato governista”

E nada melhor que um duelo para fazer vir à tona as dimensões mais profundas da personalidade dos que nele se envolvem.⁴ O estilo da entrevista centra-se na revelação: quem é o verdadeiro Ciro Gomes? A legenda da matéria é um diagnóstico sintético sobre o comportamento do entrevistado:

“Ciro no ataque. O candidato do PPS fala mal do governo, da elite, de José Serra e até dos jornalistas que o entrevistaram.”

O contexto conversacional imediato envolve um candidato à presidência da República em ascensão nas pesquisas e três jornalistas (Expedito Filho, Gerson Camarotti e Ronaldo Freitas) da editoria de política da revista *Época*. A situação é definida pelo entrevistado como uma exposição de alto risco a interlocutores reconhecidos como inimigos, justificando o desenvolvimento de manobras defensivas que desmascarassem para o terceiro ausente (o leitor) as más intenções atribuídas aos interlocutores diretos. A definição da situação buscada pelos entrevistadores é exatamente inversa: trata-se do exercício de uma prática profissional em que a ousadia e irreverência de perguntas incômodas se aplica sem distinções a qualquer candidato desde que conduza a revelações de interesse do leitor. O desencontro na definição da situação pelos atores envolvidos torna a entrevista em pauta uma acirrada disputa pela imposição de sentido e pela melhor *performance* que caberia ao leitor apreciar e julgar...

⁴ Richard Sennet desenvolve na obra *Declínio do Homem Público: as tiranias da intimidade*, uma interessante análise destacando a tendência da política contemporânea de centrar-se na exposição da personalidade dos atores políticos.

A nítida transgressão do padrão de amistosidade entre entrevistadores e entrevistado perturba e em certos momentos inviabiliza qualquer possibilidade manter um fluxo cooperativo de perguntas e respostas. Inverte-se a regra consagrada no jornalismo de que as questões e temas preliminares de uma entrevista devem ser suficientemente amenos para que não sejam percebidas pelo entrevistado como ameaçadoras à imagem de si que se pretende difundir. A primeira indagação posta pelos entrevistadores é reconhecida pelo entrevistado como uma provocação posicionando-o para um contra-ataque e não propriamente para uma resposta de cunho informativo.

Época – Integrante de uma legenda pós-comunista depois de ter pertencido à Arena, como o senhor se define: centro, direita ou esquerda?

O saber pressuposto na indagação é: uma pessoa com uma trajetória “ideológica” tão contraditória não tem posições políticas confiáveis. A associação do candidato ao partido do regime militar - Arena - em uma conjuntura de valorização do jogo democrático, é o insulto a ser inicialmente rebatido. O estatuto de imparcialidade do interlocutor é descredenciado no rótulo identitário : “*você é da máquina de propaganda*”.

Ciro Gomes – Corrigindo a vítima, que você é da máquina de propaganda, eu nunca fui da Arena. Quem inventou isso foram meus adversários. Sou um social-democrata em processo de eterna busca do que é o mais correto. Minha prática sempre foi de centro-esquerda, e isso se afirma em atos concretos. Defendo o modelo de economia política em que a iniciativa privada é respeitada e valorizada, mas o Estado tem um papel estratégico.

A correção do “equívoco”, PDS e não Arena, sugere que a troca de nomes é “natural”, face a não distinção da substância político ideológica das duas siglas...

Época – O senhor foi eleito deputado estadual pelo PDS, partido que dava sustentação ao regime militar.

Ciro – Eu me filiei ao PDS na eleição de 1982 por conta da vinculação de votos, que obrigou a votar de vereador a governador. E, como meu pai era prefeito e estava em marcha sua sucessão, fui obrigado a me filiar para não entrar na política contra ele. E o que havia de fórmula de protesto nós fizemos, que era o voto camarão. Eu sempre fui de oposição ao regime militar. Participei do movimento Diretas Já, participei do movimento pela anistia.

A justificativa do entrevistado enseja o desdobramento de ataques posteriores. O que é dito pelo “réu” é re-apropriado como “autocondenação”: ele pertence a uma linhagem de políticos nordestinos que se move por lealdades familiares... A indagação, que é também uma denúncia sobre “relações perigosas” do candidato com o tesoureiro de sua campanha, supostamente deveria seguir-se de uma resposta de justificação. Entretanto a expectativa é quebrada: nega-se qualquer resposta “séria” a quem não se credita o direito de perguntar.

Época – Por que o senhor colocou seu irmão Lúcio como tesoureiro de campanha?

Ciro – Não é da sua conta.

A não resposta conduz a um conflito aberto que ameaça a possibilidade de um *modus vivendis operacional*⁵ sem o qual a interação torna-se inviável:

Época – Então vamos encerrar a entrevista. O sr. está sendo deselegante.

O explícito desrespeito à regra de cooperação conduz ao impasse e a uma inusitada tentativa de negociação em que o entrevistador sugere ao entrevistado o que seria uma “resposta adequada”:

⁵ O termo é utilizado por Erving Goffman para nomear o acordo mútuo sobre a conveniência de se evitar um conflito aberto de definições da situação acatando-se temporariamente as pretensões mais vitais de cada um dos interlocutores.

Ciro - Isto é uma entrevista?

Época: - Isso é uma entrevista. Você poderia dizer: “Coloquei o Lúcio porque é uma pessoa séria e correta” em vez de dizer “não é da sua conta”. (sugestivamente a resposta proposta é posta entre aspas, como se fosse uma citação...)

A resposta (óbvia) sugerida é aceita, mas a ameaça de rompimento da interação é reafirmada ensejando o confronto das avaliações sobre a personalidade do entrevistado: candidato destemido que enfrenta jornalistas mal intencionados? ou que se revela anti-democrático ao furtar-se ao crivo das perguntas embaraçosas?

Ciro - O Lúcio é uma pessoa séria e correta. Mas com esse encadeamento das perguntas eu não vou responder. É melhor interromper mesmo. Uma coisa que eu não tenho é medo de jornalista.

Época - e nem nós temos medo de candidato. O sr. está tendo uma postura anti-democrática.

Ciro - Eu, anti-democrático?

Época - Sim. O sr. está se negando a responder a uma entrevista.

Ciro - A estrutura de Serra entrou em pânico. Vocês estão a serviço disso.

As sequências transcritas são ilustrativas de momentos em que a “entrevista” se converte em mero “bate-boca”: os turnos de perguntas e respostas dão lugar a troca de acusações entre os interlocutores...

Sequência 1:

Época - Em 1979, o senhor disputou a vice-presidência da UNE pela Chapa Maioria, considerada de direita por seus opositores.

Ciro - Nunca foi. Não existia movimento de direita no movimento estudantil. A direita era contra a abertura da UNE. Essa chapa era social-democrata. Mas o PCdoB, que tinha uma esmagadora hegemonia no processo, considerava todo mundo que não fosse do partido de direita (...). Eu já estou reparando qual é o sentido dessa entrevista. Vocês estão a serviço do Serra. Isso é lamentável. Eu li a entrevista do Serra. Foi laudatória. Mas tudo bem. Não vou me furtar, não.

Sequência 2:

Época - *Vamos fazer outra pergunta que irrita muito o senhor, mas é preciso fazê-la.*

Ciro - *A mim, não me irrita nada. O que me irrita é a desonestidade de certos setores da mídia brasileira.*

Época - *Estamos fazendo tudo da forma mais honesta possível.*

Ciro - *Quero ser sincero e honesto: não vejo isso. Acho que é completamente facciosa a abordagem.*

Época - *Os tucanos ressaltam sua semelhança com o ex-presidente Fernando Collor. Como o senhor recebe essa comparação?*

Ciro - *Eles só descobriram isso hoje? Eu fui ministro da Fazenda pelo PSDB, fui o primeiro governador eleito na história do PSDB e fui fundador do PSDB do Ceará. Como é que eles descobrem isso só agora, quando eu passo a ser a grande ameaça no processo de hegemonia deles? Isso é desonestidade. Eles são desonestos porque me conhecem. Quem não me conhece pode até pegar um estereótipo jovem e nordestino e fazer a comparação. Mas quem me conhece e diz isso é desonesto.*

Sequência 3

Época - *Como o sr. está financiando sua campanha?*

Ciro - (...) *essa pergunta não teve para o Serra.*

Época - *Teve sim. Leia a entrevista.*

Ciro - *Eu li a entrevista. Não teve.*

Época - *Teve sim, é só pegar a revista. Se o sr. vai ficar nessa defesa toda é melhor não ter entrevista.*

Ciro - *É melhor. Também acho. É melhor. Então vamos suspender a entrevista. Não acho ruim não. Vocês escrevam o que quiserem. Vamos parar?*

A estratégia jornalística de embutir nas perguntas determinadas assertivas que implicam a confirmação no mero ato de responder é apontada pelo entrevistado como cilada a ser desarmada aos olhos do (e)leitor:

Época - *O fato de o IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) não ter decolado no Ceará deve-se à herança, que era muito grande?*

*(a resposta afirmativa implicaria em beneficiar-se da sugestão de transferência de culpa-herança do passado - mas também em reconhecer que o pecado não foi apagado - “o IDH do Ceará não decolou”)
Ciro - O Ceará é o terceiro Estado mais pobre do Brasil. Não é que não decolou. O IDH também melhorou. (confirma a informação pressuposta, o Ceará é pobre, mas nega a implicitação de que não teria decolado nos governos do grupo político do entrevistado)*

A pergunta refeita, indicativa de que a resposta não correspondeu à expectativa do entrevistador, é seguida de uma expressão popular utilizada como reação de quem sabe que está sendo provocado e não teme o opositor: “o que você quer?”

Época - Mas continua baixo. A herança é muito pesada?

Ciro - Você quer o quê?

Época: - Eu estou perguntando.

Ciro: - Agora vão querer fazer comigo o que fizeram com Roseana?

As ameaças e escaramuças travejavam a arquitetura da entrevista. Apenas nos intervalos de redução do nível de tensão o fluxo de perguntas e respostas retomava o leito esperado em uma entrevista jornalística :

“Ciro só ficou descontraído depois do telefonema de sua mulher, a atriz Patrícia Pilar. Nos momentos menos tensos, falou sobre a passagem dele e de seu grupo político pelo Ceará, disse que mudaria o sistema de controle de inflação utilizado pelo governo e que o comportamento de Fernando Henrique Cardoso na campanha tem sido satisfatório.” (Época, preâmbulo de apresentação da entrevista)

No entanto as incitações entre os interlocutores para que assumissem a iniciativa de interrompê-la não surtiam o resultado pretendido. Abandonar o ringue seria reconhecer a vitória do opositor... Como entender que uma entrevista com tantos percalços tenha sido selecionada para tornar-se a matéria de capa da revista? Penso que o sucesso reside exatamente nas transgressões que a ela impri-

mem um “tom” de autenticidade: o personagem Ciro Gomes é exposto em posição de ataque, flagrado em seus destemperos para o julgamento dos (e)leitores. A mídia não apenas é o palco de exibição dos protagonistas do campo político, ela interfere no espetáculo com a composição do roteiro ou “script”, do cenário, da iluminação, captando ângulos favoráveis ou desfavoráveis dos que ocupam a cena... No “posfácio” da entrevista o (e) leitor é diretamente interpelado: “Ciro não gosta de perguntas sobre seu tempo de PDS, a legenda do regime de 64. Por quê?”. O sub-título da matéria tem o estatuto de resposta: “os incômodos do passado” são pedagogicamente sintetizados em um quadro cronológico dos percalços que poderiam barrar o caminho do presidencial ...

5. Ciro Gomes no Bom Dia Brasil: uma conversa pouco amistosa

“Nas entrevistas da grande mídia, estabelece-se uma relação um pouco sádica entre o entrevistador e o entrevistado, relação em que se trata de perseguir neste último uma espécie de verdade fazendo-lhe, para provocar a sua reação perguntas quer agressivas, quer indiscretas. Em suma, há riscos de faltar com a delicadeza que me chocam.” (Roland Barthes)

Ao estrear na TV Globo em abril de 1983 o programa Bom Dia Brasil tinha a duração de 30 minutos e se anunciava como um tele noticiário predominantemente econômico e político que se particularizava pelo aprofundamento analítico das matérias efetivado através da realização de entrevistas com personagens de destaque (protagonistas ou especialistas dos acontecimentos e temas abordados) contando com a participação de comentaristas especializados (âncoras). Em seu primeiro ano de existência, levou ao ar nada menos que 700 entrevistas.⁶

⁶ Dados e citações extraídos do site do programa <http://redeglobo3.globo.com/bomdiabrasil>.

Dez anos após sua estréia (1996) o Bom Dia Brasil sofreu modificações que o aproximaram do formato de revista eletrônica: sua duração passou a ser de uma hora, ampliando-se o espectro temático (com a inclusão de temas sobre comportamento, moda, culinária) e a participação dos âncoras. Em outubro de 2002 outras alterações reforçaram a pretensão de estabelecer um tom mais intimista com a audiência, já sugerido no próprio título do programa (uma saudação matinal): as entrevistas acontecem em um cenário “familiar”, espécie de sala de estar onde os convidados são recebidos “*em um clima de delicioso e informal bate-papo*”.

Em agosto de 2002, mês de início do horário eleitoral obrigatório na TV, quando as pesquisas eleitorais registravam fortes oscilações nas posições dos pretendentes ao 2º turno, o Bom Dia Brasil realiza entrevistas com os quatro candidatos presidenciais considerados competitivos: Ciro Gomes, Garotinho, Serra e Lula. O tom das entrevistas era o da conversa reveladora que acontecendo “ao vivo”, sem o recurso de edição, poderia ser conferida instantaneamente por uma audiência diretamente interessada, os eleitores. O apresentador e editor chefe do telejornal, Renato Machado atua como mestre de cerimônia que estabelece as regras da conversação posicionando-se também como mediador dos fluxos de tomada da palavra pelos interlocutores que entrevistam (ele próprio, Mirian Leitão, especialista em assuntos econômicos e Alexandre Garcia, comentarista político) e entrevistado, instado a responder.

As regras divulgadas no início de cada uma das entrevistas reiteravam os parâmetros modeladores da objetividade e a-partidarismo que sustentam a pretensão de credibilidade no campo do jornalismo: a decisão por sorteio da ordem dos entrevistados (Ciro foi o primeiro entrevistado em 26 de agosto, nos três dias consecutivos a ordem dos entrevistados foi Garotinho, Serra, e Lula); a fixação do mesmo tempo de duração para as quatro entrevistas, 30 minutos com tolerância máxima de um minuto (um cronômetro registrava na tela a totalização dos minutos já utilizados); a proibição de troca de ofensas pessoais entre os candidatos (função de controle a ser exercida pelo mediador principal); o compromisso dos entre-

Artigo

Rejane Vasconcelos Accioly Carvalho

vistados de não usar as entrevistas no todo ou em parte na propaganda eleitoral obrigatória .

A ausência de um roteiro único de perguntas a ser seguido em todas as entrevistas sugere que os candidatos poderiam ser abordados exatamente em seus pontos mais sensíveis, ou seja, aqueles que poderiam suscitar respostas ou reações potencialmente reveladoras de aspectos de sua personalidade ou de sua biografia que não gostariam de exibir em público... Há assim uma mistura entre dois gêneros discursivos: a entrevista e o inquérito policial. Ou seja, a característica geral da entrevista, alternância formal e comportada do fluxo da interlocução, é rompida pela inserção de questões polêmicas ou incômodas que colocam entrevistadores e entrevistados em posições de confronto, de ataque e defesa.

A economia discursiva do que nomeio provisoriamente como *entrevista - inquérito*, conjuga assim a estética do duelo com a boa vontade iluminista de revelação da verdade invocada pela mídia para legitimar o papel que exerce no campo político.

A *entrevista inquérito*, misto de práticas confessionais enraizadas nas ordens da penitência, da justiça criminal e da psiquiatria, integra a tecnologia de produção da verdade que se configura na modernidade, apreendida dos estudos genealógicos de Michael Foucault.

“A verdade não é aquilo que é, mas aquilo que se dá, acontecimento. Ela não é encontrada mas sim suscitada, produção em vez de apofântica. Ela não se dá por mediação de instrumentos, mas é provocada por rituais, atraída por meio de ardis, apanhada segundo ocasiões: estratégia e não método (...) É uma relação ambígua, reversível, que luta belicosamente por controle, dominação e vitória: uma relação de poder.”⁷

Na entrevista em pauta o candidato a presidência é submetido à prova em *“um duelo no qual se confrontam acusado e acusador (...) O*

⁷ Foucault, Michael, Casa dos Loucos, in *Microfísica do Poder*, Edições Graal, RJ, 1979.

êxito, se tivesse sido conquistado conforme o regulamento, indicava em proveito de quem devia ser feita a liquidação do litígio” (Foucault, 1977). É o que fica explícito no objetivo anunciado de testar o entrevistado oferecendo ao eleitor a oportunidade de julgá-lo: “a idéia é ajudar o eleitor na hora de decidir quem está mais preparado para governar o Brasil”.

Nos tópicos seguintes destaco algumas marcas da arquitetura conversacional de um duelo travado em quatro blocos (rounds) intercalados por comerciais.

Ciro versus Ciro

Uma das marcas que atravessam toda a estrutura conversacional da entrevista é a citação de teses, pronunciamentos feitos pelo entrevistado para confrontá-lo com imagens incômodas ou polêmicas de si próprio criando uma situação privilegiada de teste de suas reações captadas pelas câmaras. Como espectador privilegiado, que vê sem ser visto, o eleitor tem acesso não apenas ao que é verbalmente transmitido pelo entrevistado, mas de modo especial, às impressões emitidas por expressões não-verbais, supostamente involuntárias e incontroláveis.⁸ Os entrevistadores são os mestres de cerimônia na apresentação de rituais de embate de *Ciro versus Ciro*.

Na abertura do primeiro bloco, Renato Machado recorre ao uso de aspas para fazer uma citação literal de proposta extraída do site do candidato na internet :

- Candidato Ciro Gomes, em seu site, o senhor propõe o apoio do governo federal e uma parceria entre as comunidades e a polícia para, abre aspas, “dotar as comunidades de meios para reforçar de maneira pacífica e desarmada sua própria segurança”.

⁸ A distinção entre impressão transmitida e emitida é proposta por Erving Goffman como forma de analisar o processo de formação e controle de imagens que se processa nos processos de interação social.

A citação é seguida de uma interpretação (má?) do que foi dito que funciona como alibi na formulação da pergunta: “*Isso quer dizer que a população dever fazer o trabalho da polícia?*” Na verdade ao propor uma interpretação o entrevistador pressupõe que ela seja aceita como equivalente ao texto original citado o entrevistado depara-se assim com um impasse em que, qualquer alternativa escolhida comporta perdas para a imagem de si projetada: ou confirma o que disse e corre o risco de apresentar-se como adepto de uma idéia pouco defensável (transferir para a população uma tarefa que seria do Estado) ou nega a si próprio e arca com o ônus de perda de crédito pessoal. O movimento de defesa do entrevistado é ambíguo. Responder a questão posta implica em aceitar os termos da interpretação em que ela se assenta (vitória para o interlocutor) mesmo quando se nega adesão à tese que é apresentada como sua:

“- *Absolutamente não.*” (...)

A conjunção adversativa “mas” é utilizada para introduzir aspectos positivos do seu programa político que ficaram submersos na interpretação dada pelo entrevistado, oferecendo uma outra hierarquização dos elementos que a compõem:

- (...) *mas a melhor polícia que existe é aquela que não é inimiga da população. É aquela que está integrada à população, controlada pela população no esforço de policiamento comunitário. (...) Isso é um fragmento do programa. O mais importante do nosso projeto nessa área é assumir como federal integralmente a responsabilidade para enfrentar o núcleo do crime organizado.*

Outros movimentos são ilustrativos da estratégia de transferir ao próprio entrevistado a responsabilidade pela implosão de sua imagem de candidato confiável.

É o que acontece quando Mirian Leitão se reporta a declarações de Ciro supostamente hostis ao mercado, que circulavam na mídia, realçando incompatibilidades entre uma personalidade intempes-

tiva e a serenidade e equilíbrio desejáveis em um presidente de um país complexo como o Brasil.

Bom Dia Brasil - Mirian Leitão:

- Candidato, o senhor tem dito considerações hostis ao mercado, que o mercado se lixe, que podem serrar seu braço. Todo o dia tem declaração assim desse tipo. Os jornais...?

A negação das declarações a ele atribuídas transformam a entrevista em “bate-boca” explicitando em última instância o duelo entre o candidato e a mídia denunciada pelo entrevistado como bloco homogêneo de inimigos no qual os entrevistadores estão incluídos..

Ciro: Não acredite no que os jornais dizem...

Renato: Que dizer que os jornais mentiram e que o sr. não disse que está se lixando para o mercado? (intervenção solidária entre entrevistadores)

Ciro: Mentiram.

Renato: Quer dizer que o sr. não disse?

As interrupções explicitam a disputa pela palavra e pela imposição de sentido, entre entrevistadores e entrevistado, transgredindo os protocolos de uma entrevista jornalística civilizada:

Ciro Gomes: Não disse, isso é mentira. Eu disse e vou reproduzir aqui o que eu penso...

Mirian: Há outras declarações também (interrupção)

Ciro: - Você deixa só eu repor essa... (palavra retomada) Eu fui convidado para um jantar em SP, com a condição de ser um jantar franco, para conversarmos, sem imprensa para a gente ficar mais à vontade...

- Mirian: então o sr. ficou à vontade e falou... (interrupção)

- Deixe eu falar (retomada).

⁹ A referência principal era a desentendimentos entre empresários e o candidato em um jantar organizado por entidades empresariais para ouvir as propostas políticas de *Ciro Gomes*.

Na seqüência seguinte uma narrativa detalhada, espécie de ritual de “reconstituição do crime”, (a voz é dada aos personagens envolvidos) pretende repor a verdade que inocenta o acusado:

Ciro: -Eu falei três horas, resumindo o meu programa de governo. Um cidadão do mercado financeiro veio me dizer: “O que quer a gente pode fazer para remover as desconfianças de mercado em relação ao senhor?” Eu disse: Toda eleição é uma aposta no futuro. Como é que a sociedade se protege? Primeiro olhando para o passado. Quero lembrar que fui ministro da Fazenda, governador duas vezes, prefeito de uma capital e tenho uma biografia de grande sucesso na vida pública. O governador mais popular do Brasil. Depois a sociedade olha o programa e o meu programa é sério. Em seguida, as pessoas ouvem o compromisso. Eu tenho compromisso com mudança, uma mudança de modelo, mas que se acomoda à responsabilidade fiscal, à estabilidade da moeda, ao respeito aos contratos internacionais, mas isso não é suficiente. Se o passado não é suficiente, se seu programa não é suficiente nem a palavra, trata-se de um capricho subjetivo. Nesse caso o mercado escolhe outro presidente da República porque eu não vou vender a minha alma.

Uma outra interrupção restabelece o confronto. A forma e o tom exaltado da defesa reforçam o sucesso da estratégia de deixar que o próprio *Ciro* confirme a imagem de si que lhe foi atribuída.

Mirian Leitão: - e serrar o braço, o senhor disse publicamente..

Ciro: e eu digo de novo, não há força humana que me leve a ser domesticado para engolir os fundamentos de um programa que entregou o Brasil ao interesse financeiro internacional. Antes disso, eu serro o meu braço.

Mirian: Tomara que não serrem...

O veredicto é enunciado por *Mirian Leitão* : “então, é por isso que as suas declarações assustam”:

Mirian: - Deixe eu fazer uma pergunta... A preocupação não é exatamente com mercado. É com as pessoas que estão lá. Elas são ad-

ministradoras do dinheiro da população. O Brasil tem uma vantagem de ter um mercado financeiro forte. Os brasileiros compram em reais e no sistema financeiro nacional. Então é por isso que as suas declarações assustam.

O questionamento sobre o personagem *Ciro Gomes* é feito de forma direta:

Alexandre Garcia: - “candidato, o senhor disse há pouco, se alguém ouviu... mas há xingamentos a fotografos...

Ciro: - Mentira, também mentira...

Alexandre: - as pessoas ouviram. O senhor acabou de dizer que o programa é equilibrado. Eu queria perguntar se o candidato é equilibrado, se não tem pavio curto?

Renato Machado: - O senhor acha que essa é a melhor maneira de dirigir um país complexo como o Brasil... tem que ser sincero, dizer na hora, manifestar indignação.

Mirian: - a questão é a agressividade...

Ciro: - eu sou agressivo contra quem? Eu sou agressivo contra corrupto, contra prepotente.

As teses do candidato são exibidas como fonte de riscos para o país e de descrédito para quem as formula.

Renato- O sr. disse no seu livro que em questões em que não haja consenso no Congresso o senhor poderia passar por cima da Constituição.

Ciro: - Eu disse isso?

Renato: - Não disse que vai passar por cima da Constituição mas disse que vai levar questões a serem resolvidas por plebiscito.

A ironia é uma manobra discursiva acionada como forma de denúncia das intenções pouco honestas do interlocutor: o que é literalmente afirmado deve ser entendido como o seu contrário. Pressuposto: eu sei que você (especialista em política) sabe exatamente o que eu quis dizer mas torce propositalmente o que foi

Artigo

Rejane Vasconcelos Accioly Carvalho

dito. A ironia busca estabelecer um vínculo de cumplicidade com o destinatário (o eleitor) a quem o esclarecimento é dado...

Ciro Gomes: - Deixa eu explicar o que você não entendeu...

Mirian: - Candidato, o senhor diz que vai fazer a capitalização da Previdência, eu não entendi, e não conversei com ninguém que entendesse (...) Será que o sr. está tornando simples o que é muito complicado? (...)

A manobra de defesa acionada é a desqualificação do interlocutor direto com a nomeação do outro a quem sua resposta é dirigida: você já sabe, e portanto não é a você a quem eu me dirijo mas ao eleitor que você tenta confundir. É para ele que uma generosa exposição didática será oferecida :

Ciro: - se você deixar, eu vou tentar explicar... primeiro vamos entender o que é um regime de capitalização, que você já sabe, mas que talvez um eleitor mais simples que esteja nos assistindo não saiba.

No 4º e último bloco, anunciado como “um bate-bola de perguntas e respostas rápidas”, tem lugar um “fogo cerrado” entre Ciro e Mirian Leitão, em que as interrupções freqüentes marcam a disputa pela palavra entre os interlocutores:

Mirian Leitão: - Candidato, por que o senhor falou que só tinha estudado em escola pública, se o sr. tinha estudado em escola particular? Esta é uma dúvida que todo mundo tem.

Ciro Gomes: O que eu falo é o seguinte, eu tenho 15 anos de escola....

Mirian,(interrupção 1) - o sr. fala isso agora... (pressuposto: antes dizia outra coisa, mentia portanto...)

O acontecimento, invocado para por em questão o caráter (moral) do candidato é em si pouco relevante: uma declaração sua de que teria estudado sempre em escola pública, contraditada por informações levantadas pela imprensa sobre sua passagem por escolas

particulares. O ponto de disputa é outro: qual o sentido a ser atribuído a palavras e gestos aparentemente banais? Reveladores de facetas profundas e obscuras da personalidade? Ou lapsos de linguagem corriqueiros, sem nenhuma importância, a que qualquer pessoa está sujeito?

Enquanto a entrevistadora entricheira-se na defesa da primeira alternativa (foi uma mentira, ele é mentiroso), o candidato apóia-se no argumento de que as generalizações são usuais na linguagem cotidiana em função do que se quer enfatizar (no caso a importância de uma escola pública de qualidade como niveladora de oportunidades sociais). O lapso, cometido uma única vez, teria sido esquecer de usar o termo “praticamente”

Ciro: (retomada da palavra) - Não, eu falo isso “a vida inteira” porque é importante que o brasileiro saiba que a escola pública do passado já deu oportunidade de alguém ser ministro da Fazenda.

Mirian: (interrupção) mas o sr. sempre falou, a vida inteira... a minha dúvida é a seguinte...porque a vida inteira, você esqueceu...

Ciro: (disputa pela palavra) - eu vou responder, se você deixar, eu respondo... A questão básica é a seguinte: eu digo a vida inteira, eu falo oito horas por dia. É importante. A escola pública já preparou uma pessoa como eu para ser governador, ministro... Hoje o filho do pobre, da classe média, que não pode pagar mensalidade escolar, não tem mais essa chance porque a escola pública degradou-se muito, apesar do sacrifício dos professores. Eu, por exemplo, praticamente estudei toda a minha vida inteira em escola pública. Eu digo sempre assim. No debate da TV Bandeirante, somente ali, eu não falei a palavra praticamente. Mas foi nessa ocasião, somente ali, só nessa ocasião, na tensão do debate, eu esqueci a palavra praticamente.

Mirian (interrupção): - eu mesma pensava que o sr. tinha estudado a vida toda em escola pública...

O entrevistado recorre mais uma vez ao destinatário buscando estabelecer como ele uma aliança ao denunciar a má-fé dos entrevistadores que pretendem apresentá-lo como “criminoso”:

A confissão do “crime” que lhe foi atribuído converte-se assim em atestado irônico de sua inocência:

Ciro (retoma a palavra)

- Eu vou dizer ao povo brasileiro que eu não posso ser um criminoso por isso. Se precisar ter um documento, era só o que faltava... Eu estudei 15 anos, 12 na escola pública, dois na escola da diocese de Sobral, um no Colégio Marista de Fortaleza.

É esse o meu crime, eu estudei 12 dos 15 anos em escola pública.

Considerações Finais

Como entender que mesmo identificando os interlocutores (representantes da grande mídia) como inimigos o entrevistado se submeta aos riscos de ser por eles interrogado?

A questão remete aos entrelaçamentos, constitutivos e não acidentais, entre os campos da mídia e da política. Na forma contemporânea de estruturação e funcionamento da esfera pública, os personagens do campo político dependem da visibilidade midiática como condição de sua própria existência, o que implica para o bem ou para o mal, na necessidade de submeter-se aos seus protocolos.

Os dois campos, o da mídia e da política (democrática) fundam sua legitimidade em um mesmo princípio: o da visibilidade.

A metáfora da *transparência* utilizada por Durkheim para particularizar a democracia como forma moderna de Estado é também reivindicada pela mídia :

“Aquilo que se passa nos meios chamados políticos é observado, controlado por todos, e o resultado dessas observações, desse controle, das reflexões decorrentes reage sobre os meios governamentais. Reconhecemos, por esse traço, um dos caracteres distintivos daquilo que chamamos, geralmente, de democracia”¹⁰

¹⁰ Durkheim, Émile. *Lições de Sociologia - A Moral, o Direito e o Estado*. EDUSP, SP: 1983. p. 74.

Do mesmo modo a metáfora foucaultiana do poder moderno como máquina panóptica, ponto de observação de onde tudo se pode ver sem ser visto, ajusta-se á imagem que a mídia constrói para si ao invocar suas funções cívicas nos regimes democráticos. A palavra de ordem “**Transparência Já!**”, que encabeça o título da Carta do Editor da revista Época (9 de agosto de 2004) é ilustrativa dessa auto justificação de interferência da mídia no campo político fundada não só na exigência de visibilidade mas de modo especial no pressuposto de que ela própria (mídia) opere como máquina de exposição da política e dos políticos aos homens comuns, convocados na condição de cidadãos a julgar o espetáculo oferecido:

“Se os acusados se sentem injustiçados, é um direito que eles têm. Mas a sociedade tem outro direito, este soberano: o de ter acesso à verdade e aos fatos.” (Época, Carta do Editor, 9/8/2004)

Em uma campanha eleitoral competitiva os candidatos que estão no páreo tornam-se naturalmente foco da mídia que opera seus mecanismos “de fazer ver”, produzir revelações decisivas que não poderiam ser obtidas na propaganda política oficial. Daí a sedução das entrevistas e debates organizados por jornais, revistas e emisoras de TV no período de campanhas eleitorais.

As entrevistas analisadas permitiram explicitar aspectos importantes desse jogo (ou batalha?) de imposição de sentido travado entre os interlocutores. As indagações incômodas são exatamente as que carregam um potencial mais alto de revelação do entrevistado, e por consequência as que suscitam maior interesse e atenção. O teste não se resume ao teor verbal das respostas mas de modo especial às reações às perguntas embaraçosas que fugindo ao controle do entrevistado são consideradas mais autênticas...

A estratégia dos entrevistadores, tal como sublinhado, era atribuir ao próprio entrevistado a tarefa de uma auto revelação que se transformasse em auto imolação de sua imagem pública desqualificando-o como candidato confiável. Os movimentos de defesa do entrevistado voltam-se para a denúncia de parcialidade dos entrevistados: “- Vocês querem fazer comigo o que fizeram com a Roseana”.

A profecia se cumpriu. Tão rápido como ascendeu ao Olimpo, Ciro desce à planície dos candidatos não competitivos.

A relação entre mídia e política é da ordem não apenas do registro do acontecimento mas da produção do que acontece. Uma entrevista é em si um acontecimento, que se rege por regras e rituais do campo midiático: a temperatura propiciada pelo confronto é uma regra para torná-la interessante para a audiência. A objetividade no campo jornalístico, de modo especial no jornalismo político, não se pauta pelos mesmos parâmetros preconizados pelo método científico de “produção da verdade.” A objetividade e a neutralidade se autonomizam, deixam de ser faces da mesma moeda. Estabelece-se uma combinação peculiar entre objetividade e julgamentos valorativos. Na medida em que se pretende sim, interferir no campo político em nome do interesse público, o tomar partido não só se justifica mas pode ser considerado um preceito do bom jornalismo: aquele que tem a função política de esclarecimento das consciências contribuindo para formar a boa opinião pública. Opinar, comentar, criticar, ir bem além do relatar ou mostrar o que acontece em outros lugares independente de sua atuação, são atribuições políticas assumidas pela mídia sem que a pretensão de objetividade seja descartada. ■

Bibliografia

- Antaqui, Charles e Diaz, Felix. *Análise da Conversação e Estudo da Interação Social in Manual de Análise do Discurso em Ciências Sociais*, Petrópolis, RJ: Vozes, 2004
- Balandier, George. *O Poder em Cena*. Brasília: Editora UNB, 1982
- Barthes, Roland. *O Óbvio e o Obtuso*. Editora Nova Fronteira, RJ, 1990
- Berger, Peter e Luckmann, Thomas. (1991) *A Construção Social da Realidade - Tratado de Sociologia do Conhecimento*. Petrópolis: Editora Vozes
- Bourdieu, Pierre. (1989). *O Poder Simbólico*. Lisboa: Difel/Bertrand
- Cardoso, Flamarion e Makerba, Jurandir - organizadores (2000) *Representações - Contribuição a um debate transdisciplinar*, São Paulo: Papirus Editora.
- Carvalho, Rejane Vasconcelos. *Como se faz e desfaz um fenômeno eleitoral: o caso Roseana in Eleições Presidenciais no Brasil- ensaios sobre mídia, cultura e política*. Hacker Editores, SP, 2004

- Carvalho, Rejane Vasconcelos(org) *A Produção da Política em Campanhas Eleitorais. Pontes Editores/Programa de Pós Graduação em Sociologia UFC. Campinas, SP, 2004*
- Cripa, Marcos (org) *Entrevista e ética : uma introdução à entrevista no jornalismo. (organizador). Educ, SP: 1998*
- Debray, Régis.(1994) *O Estado Sedutor- As revoluções midiológicas do Poder. Petrópolis-RJ: Editora Vozes*
- Ducrot Oswald - *O Dizer e o Dito*
- Foucault, Michel. *Microfísica do Poder. 2ª. ed. Graal. RJ: 1979*
- Iñiguez, Lupicício (org). *Manual de Análise do Discurso em Ciências Sociais;Petrópolis, RJ: Vozes 2004*
- Mainguéau, Dominique. *Análise de Textos de Comunicação. Cortez Editora, SP 2001*
- _____. *Novas Tendências em Análise do Discurso. Pontes Editores/ Editora Unicamp. SP, 1987*
- Medina, Cremilda de Araújo. *Entrevista - O Diálogo Possível*
- Orlandi, Eni. *Análise de Discurso - princípios e procedimentos 3ª. edição, Pontes; Campinas, SP:2001*
- _____. *A linguagem e seu funcionamento. Brasiliense. SP: 1983*
- Pinheiro Odette de Godoy. *A Entrevista Como Prática Discursiva in Práticas discursivas e produção de sentido no cotidiano. Org Mary Spink. Cortez Pereira, 2ª. ed. 2000. SP*
- Rojo, Luisa Martín. *A fronteira interior-análise crítica do discurso: um exemplo sobre o racismo. In Manual de Análise do Discurso em Ciências Sociais; Petrópolis, RJ: Vozes 2004*
- Rubim, Albino Canelas.(org) *Lula Presidente: televisão e política na campanha eleitoral; Hacker Editores/Unisinus; SP: 2003*
- Rubim, Albino Canelas.(org) *Comunicação e Política: conceitos e abordagens. UFBA/UNESP. SP. 2004*
- Sennet, Richard. *O Declínio do Homem Público- As tiranias da intimidade. Companhia das Letras. SP: 1988*
- Spink, Mary Jane e Benedito Medrado. *Produção de Sentidos no Cotidiano: uma abordagem teórico metodológica para análise das práticas discursivas in Práticas Discursivas e Produção de Sentidos no Cotidiano. Cortez, SP , 2000*
- Thompson, John B. *Ideologia e Cultura Moderna. Editora Vozes, RJ, 1999*
- Verón, Eliseo. *A Produção de Sentido. Ed. Cultrix/Ed. USP, SP, 1980*
- _____. *Construir el Acontecimiento. Editorial Gedisa Buenos Aires, Argentina. 1987.*