

Mídia e política. A vizinhança obrigatória desses dois termos no debate público (e nas ciências sociais, e no jornalismo, e na publicidade *et pour cause*, no mundo dos grandes negócios) implicou, segundo uma concepção bem difundida a respeito tanto da “mídia” quanto da “política”, em reconhecer a contaminação espúria da segunda pela primeira, diante do que supostamente *deveria ser* a grande Política; ou em atestar uma realidade intransponível por excelência, já que a política (e os partidos e os políticos) só poderia(m) existir de fato, na ausência dos espaços públicos (idealizados), graças à primeira. Operação curiosa: o que era *por meio de* (dos *mass media*) passa a ser *em função de* (i. e., dos mecanismos e estruturas específicas do campo jornalístico na sua relação peculiar com o campo político), que transforma, como enfatizou Pierre Bourdieu, o debate em puro divertimento e desvia o interesse das questões reais para o escândalo e o espetáculo.

Assim, nesse segundo registro, a política *é* aparência, justamente porque não pode ser outra coisa. Quais as “evidências”? Os showmícios, onde discursos supostamente sérios são intercalados em meio à apresentação de músicos populares, pastores evangélicos, bailarinas e animadores; a onipresença de estrategistas de “marketing político”, onde se trata, segundo a linguagem empregada por esses novos profissionais, de “vender” uma candidatura, seja maquiando o indivíduo, seja domesticando sua eloquência; os “debates”, necessariamente pela televisão, onde o que conta só é o desempenho estilizado do candidato, mas não mais a plataforma ou suas “idéias” etc.

Mas o realismo cínico da segunda visão, que confirma a si própria porque se abstém de pensar o sentido e a utilidade desse *processo social* de conversão do *conflito* em *imagem despolítica*, é a contra-face exata da pureza de princípios abstratos pretendida pela primeira. As duas dissolvem – melhor seria dizer: encobrem ideologicamente – a contradição entre interesses e valores antagônicos representados (no sentido tradicional do termo) por alianças, partidos e políticos.

Este número 22 da *Revista de Sociologia e Política* não se pauta necessariamente por essas premissas. Dentro do padrão plural (mas não eclético) do periódico, solicitamos ao Professor Luis Felipe Miguel, da Universidade de Brasília, que organizasse um dossiê sobre a relação entre mídia e política. Os sete artigos selecionados, dentre as mais de trinta submissões, refletem as múltiplas possibilidades analíticas dessa área de estudos, seus vários objetos e a disposição crítica dos pesquisadores. Quem ler, verá.

* * *

Destacamos, na seção *Resenhas*, uma revisão crítica que Alberto Tosi Rodrigues fez do livro de Perissinotto & Fuks (*Democracia: teoria e prática*, 2002). Tosi, falecido no final do ano passado, não viu este e outros trabalhos seus publicados. Os Editores da *Revista de Sociologia e Política* relevam nossa admiração diante da competência profissional e da admirável capacidade de trabalho (e de realização) do nosso colega. Para além da retórica convencional que caracteriza expressões

públicas desse tipo, diga-se que Alberto Tosi Rodrigues fez, com entusiasmo, da Ciência Política a sua vocação.

* * *

A *Revista de Sociologia e Política* passa a integrar, a partir do segundo semestre de 2004, o **e-journal** (<http://www.ejournal.unam.mx/>), um sítio de acesso gratuito ao conteúdo de nossa publicação.

A partir de seu número 23, dedicado à *Teoria Política*, a *Revista* para a ser dirigida por Paulo Roberto Neves Costa.

* * *

Este número 22 contou com o suporte do Programa de Apoio às Publicações Científicas do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e com o auxílio fundamental do Programa de Apoio a Publicações da Fundação Araucária de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Paraná.

Adriano Nervo Codato

Editor-chefe