

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Instituto de Ciência Política

**A influência mútua entre o campo político e o campo
midiático: um estudo de caso das candidaturas de
Frank Aguiar e Luis Miranda**

Bruno do Nascimento Costa

Brasília – DF
Fevereiro/2022

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Instituto de Ciência Política

**A influência mútua entre o campo político e o campo
midiático: um estudo de caso das candidaturas de Frank
Aguiar e Luis Miranda**

Bruno do Nascimento Costa

Monografia apresentada ao Curso de Ciência Política,
do Instituto de Ciência Política, Universidade de
Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau
de Bacharel em Ciência Política sob a orientação do
professor Carlos Augusto Mello Machado.

Brasília - DF

RESUMO

Esse trabalho tem o objetivo de analisar como se dá as relações entre o campo midiático e o campo político. Para isso, resgatamos parte da teoria de Pierre Bourdieu que disserta sobre as relações sociais e os fatores que explicam as desigualdades entre os agentes. A partir dessa análise, pontuamos como os diversos capitais obtidos podem ser importantes dentro da disputa política, evidenciando principalmente o papel da mídia nesse cenário. Além de diferenciar algumas das principais formas de capital da teoria bourdieuana, também pontuamos as distinções entre a trajetória de um político tradicional e de um outsider, ressaltando a importância dos meios de comunicação para esse último caso. Para corroborar com as teses apresentadas no trabalho, há o estudo de caso do ex-deputado e cantor Frank Aguiar e do Deputado Federal Luis Miranda (DEM/DF).

Palavras-chave: Redes sociais; Campanha política; Outsider; Campo midiático.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	5
1. Campo, <i>habitus</i> e os diferentes tipos de capital.....	6
2. Acúmulo de capitais em diferentes campos e carreira política.....	9
3. Campo Político: profissionais e outsiders.....	11
4. Capital político e Capital midiático: uma relação de influência mútua.....	14
5. Estudo de caso: Frank Aguiar e Luis Miranda (DEM/DF).....	22
6. Conclusão.....	30
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	33

INTRODUÇÃO

Em um contexto de muita relevância dos meios de comunicação nas relações sociais, faz-se necessário estudos para analisar seus impactos dentro da política também. Nesse sentido, busca-se compreender de que forma essas ferramentas podem contribuir para que candidatos alcancem seu principal objetivo, que é a eleição. Ao longo do trabalho, são desenvolvidos diversos conceitos-chaves para compreender os impactos que o campo midiático possui no campo político, assim como alguns dos desdobramentos que se tem nessa relação quando se observa o avanço das tecnologias de informação, como rádio, televisão e, mais recentemente, a internet.

Uma das principais consequências desse desenvolvimento e ascensão dos meios de comunicação é a capacidade de formar candidatos que não sejam políticos tradicionais, mas sim o que a literatura chama de ‘outsider’. Ainda que esse tipo de candidatura não possa ser considerado novo, o surgimento da televisão e das redes sociais se estabelecem como um grande fator para potencialização desse tipo específico de político. Observa-se, contudo, que, nos casos analisados, mesmo se valendo da imagem de um político não tradicional, a trajetória de ambos os candidatos mostra que sua relação com instituições partidárias e o sistema político antecede consideravelmente o momento de formalização das candidaturas.

Em um contexto de forte insatisfação com a política, o discurso de antipartidarismo e de antipolítica acaba sendo uma interessante estratégia para conseguir os chamados votos de protesto e, assim, ter a oportunidade de participar do sistema que tanto critica e mudá-lo por dentro. Na atual sociedade que se configura como extremamente midiática e digitalizada, os meios de comunicação são um importante instrumento para se acumular os capitais essenciais para um agente social do campo político. Nesse sentido, não é necessário ser um político tradicional para conseguir cargos eletivos nacionais, por exemplo, pois a mídia se insere dentro da política como um possível atalho para esses candidatos. Ainda que um fenômeno recente, vale examinar o papel das redes sociais, tendo em vista que elas se constituem como a principal fonte de informação do brasileiro, segundo pesquisa da Câmara dos Deputados.

Estes são os principais objetivos do trabalho, que tem como metodologia a revisão bibliográfica de textos que pesquisam tanto a teoria de campos desenvolvida pelo sociólogo francês, Pierre Bourdieu, assim como estudos de comunicação política e de candidatos outsiders. Ademais, há a análise de dois casos empíricos desse tipo de candidatura, revisitando a trajetória de ambos para entender quais elementos foram fundamentais para o

sucesso eleitoral.

1. CAMPO, *HABITUS* E OS DIFERENTES TIPOS DE CAPITAL

O sociólogo Pierre Bourdieu é um dos mais importantes autores da Sociologia contemporânea, exercendo um impacto muito forte em diversos temas discutidos na atualidade. Uma das contribuições do pensador é a ideia que desenvolve acerca do que ele chama de ‘campo simbólico’. Nesse sentido, Bourdieu analisa pela perspectiva de classes e reflete como o acúmulo de capital nessa dinâmica subjetiva pode ser usado para dominar grupos. Se por um lado Marx evidencia o capital econômico como preponderante, o autor francês também considera como fundamentais, entre outros, os capitais sociais e políticos. Para a compreensão dessa diferença e da importância da definição de Capital Simbólico, é fundamental também entender dois conceitos-chaves trabalhados por Bourdieu: ‘*habitus*’ e ‘campos’.

Habitus pode ser definido como um conjunto de práticas e pensamentos inerentes ao indivíduo que, mesmo inconscientemente, acaba reproduzindo e retroalimentando as disposições pré-estabelecidas nessas diferentes estruturas estruturantes, ou seja, estruturas que moldam ao mesmo tempo em que são moldadas. Assim, *habitus* é a capacidade que os agentes sociais possuem de incorporar para si esse conjunto de aspectos que irão influenciar a forma como se portam na sociedade. O *habitus* difere de acordo com a classe social do indivíduo, assim como com o campo que ele pertence, sendo definido como:

[...] um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, de apreciações e de ações – e torna possível a realização de tarefas infinitamente diferenciadas, graças às transferências analógicas de esquemas [...] (Bourdieu, 1983, p. 65).

Já ‘campos’ são os espaços de atuação do indivíduo nas relações sociais. Dentro desses diferentes espaços, Bourdieu argumenta que: “[...] estão inseridos os agentes e as instituições que produzem, reproduzem ou difundem a arte, a literatura ou a ciência. Esse universo é um mundo social como os outros, mas obedece a leis próprias” (BOURDIEU, 2004: 20). Cada campo tem um conjunto de regras e leis que refletem o *habitus* do grupo que faz parte dele e, assim, estabelece um *modus operandi* próprio e único de cada um. Importante pontuar que isso não impede de os conjuntos de percepções e modos de agir reproduzidos através do *habitus* serem úteis em diferentes campos, como o político e midiático, que serão discutidos no capítulo 4.

Para compreensão geral das ideias apresentadas nesse trabalho, há alguns outros conceitos importantes para além dos dois já mencionados. Primeiramente, vale mencionar que o campo que os agentes sociais atuam é estruturado através do conflito entre dominantes, que se dispõem de mais capital que outros, os dominados. Essa dinâmica é hierarquizada principalmente pelo acúmulo dos diversos capitais em jogo, tanto econômico, quanto social, cultural e simbólico. Por cada campo possuir regras e um *habitus* próprio, os mesmos capitais em disputa podem ter valores distintos, além de serem distribuídos desigualmente. Ademais, por serem capitais simbólicos, ou seja, ocultos, eles só passam a ter valor a partir do reconhecimento dos agentes que fazem parte do campo em questão. Por exemplo, a publicação de artigos e textos em revistas é importante porque os agentes do campo cultural a reconhece como um importante capital. Por outro lado, no campo político, as publicações não possuem a mesma valorização, uma vez que isso não é fundamental para os agentes sociais ali inseridos. Essa percepção é importante pois dialoga com a ideia de Marx para manutenção da estrutura de classe, sendo que o autor alemão dá ênfase para o capital econômico, enquanto Bourdieu argumenta que, a depender do campo, outros tipos de capitais são tão importantes quanto para a reprodução desse sistema.

Dentre as definições dos capitais, o econômico é relacionado à posse de dinheiro e dos meios de produção. Em uma sociedade capitalista, a posse de riqueza financeira é uma das principais fontes de desigualdades. Já o capital cultural diz respeito aos conhecimentos e saberes adquiridos, uma noção de intelectualidade. Ao analisar as desigualdades no mundo contemporâneo, Bourdieu percebeu que o acesso ao ensino não é feito de maneira igualitária. Na verdade, para o sociólogo, o conhecimento é um dos mecanismos utilizados pelas elites burguesas para perpetuar as diferenças sociais. Assim sendo, as classes dominantes impõem às classes dominadas a sua cultura, definindo-a como melhor/correta em relação às outras, o que é definido por Bourdieu e Jean-Claude Passeron como arbitrário cultural dominante (BOURDIEU; PASSERON, 1982, pp. 36-44).

Um exemplo de capital cultural é o acúmulo de diplomas, que pode ter inclusive pesos diferentes a depender da Universidade e do contexto. Pensando nisso, em 2020, o mundo inteiro sofreu os efeitos de uma pandemia global, fazendo com que esse tema fosse discutido recorrentemente nos canais midiáticos. Os infectologistas, nessa dinâmica, acabam tendo uma influência bem maior do que em outros momentos, uma vez que são deles os estudos que irão guiar as principais medidas adotadas pelos governos.

Outro capital abordado por Bourdieu é o social, sendo esse referente às redes de contatos e o poder de influência dos agentes sociais. Esse tipo de capital se relaciona diretamente a quantidade de agentes sociais e instituições importantes que determinado indivíduo tem acesso

e consegue influenciar. Ainda que específico e diferente dos outros capitais, o capital social possui uma forte dependência com os capitais econômicos e culturais, já que o acesso e poder de influência na rede de contato está diretamente ligado a um certo grau de similaridade entre os atores envolvidos, que vão frequentar os mesmos espaços, falar dos mesmos assuntos e almejar objetivos em comum, por exemplo (SILVA, SANTOS, 2009, pp. 2-6).

Já o capital simbólico é o reconhecimento que o indivíduo possui na sociedade, ou seja, de acordo com sua posição social. Para Bourdieu, os outros tipos de capitais funcionam também como capital simbólico, que é definido como “um crédito, é o poder atribuído àqueles que obtiveram reconhecimento suficiente para ter condição de impor o reconhecimento [...]” (BOURDIEU, 1987, p. 164). A diferença entre o reconhecimento de um médico e de um operário dentro de uma sociedade, por exemplo, está diretamente relacionada ao capital simbólico e o valor que cada ocupação possui dentro das relações sociais.

Além desses campos, Bourdieu também disserta sobre outros dois campos fundamentais para compreensão das relações sociais: o político e o midiático. Para o sociólogo, o campo político é:

“[...] um pequeno mundo social relativamente autônomo no interior do grande mundo social. Nele se encontrará um grande número de propriedades, relações, ações e processos que se encontram no mundo global, mas esses processos, esses fenômenos, se revestem aí de uma forma particular.” (2011, BOURDIEU, p. 195)

Os conceitos teóricos desenvolvidos acima por Pierre Bourdieu servem como base para a análise de como as elites dominantes conseguem impor as suas ideias para as classes dominadas, ainda que não fazendo uso da violência física. Nesse sentido, o autor desenvolve duas sínteses para compreensão dessa relação, a qual o autor chama de poder simbólico. Primeiramente, ele define que:

“Os ‘sistemas simbólicos’, como instrumentos de conhecimento e de comunicação, só podem exercer um poder estruturante porque são estruturados. O poder Simbólico é um poder de construção da realidade que tende a estabelecer uma ordem gnoseológica: o sentido imediato do mundo (e, em particular, do mundo social) supõe aquilo que Durkheim chama o conformismo lógico, quer dizer, ‘uma concepção homogênea do tempo, do espaço, do número, da causa, que torna possível a concordância entre as inteligências.’ (BOURDIEU, 1989, p. 9).

Em seguida, Bourdieu apresenta sua segunda síntese, adicionando que essas estruturas possuem a função de impor ou legitimar a dominação, como pode ser visto na passagem a seguir:

“É enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que os «Sistemas simbólicos» cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação, que contribuem para

assegurar a dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica) dando o reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber, para a «domesticação dos dominados» (BOURDIEU, 1989, p. 11).

Resumidamente, esses sistemas simbólicos são estruturas que possuem disposições em seu próprio interior, assim como a capacidade de gerar/influenciar práticas e concepções. Muitas vezes, os diversos agentes de um campo acabam reproduzindo gestos, práticas e formas de percepção sem ao menos perceber ou refletir sobre aquilo que se faz. Essa capacidade de reprodução é a responsável por estabelecer a dominação de uma classe sobre a outra sem necessariamente fazer uso da violência física.

2. ACÚMULO DE CAPITAIS EM DIFERENTES CAMPOS E CARREIRA POLÍTICA

Assim, o autor afirma que o acúmulo dos diversos tipos de capitais coloca o indivíduo, ou o grupo detentor, em uma posição que possibilita a imposição da sua visão de mundo e de suas ideias ao outro, funcionando como instrumentos de dominação. Em cada campo há uma relação que coloca dominantes e dominados em disputa, que terão sua posição nesse espaço de disputa de acordo com os capitais que possuem. Além disso, como já mencionado, o mesmo capital em questão (cultural, midiático, social, etc) pode ter valores diferentes a depender do campo em análise. O capital intelectual, por exemplo, possui um valor muito maior quando se analisa as relações dentro do campo cultural do que no campo político, embora não deixe de ser um atributo importante (BOURDIEU, 1989, p. 11).

Em relação ao campo político, a própria sistemática de uma democracia representativa, por exemplo, faz com que o campo político sofra a influência dos outros campos, relacionando-se diretamente com eles. Ainda que cada campo possua sua autonomia, com seu *habitus* específico e suas próprias regras, Luís Felipe Miguel argumenta que: “[...] o fechamento encontra limites, muito claros no caso da política, que periodicamente precisa abrir-se para os simples eleitores.” (MIGUEL, 2003, p. 119). Mesmo que o campo político esteja sujeito à interferência dos diferentes campos e capitais, o prestígio dentro dele exige o capital específico que só pode ser conquistado no próprio campo político. Uma grande celebridade de TV, por exemplo, ainda que não tenha uma carreira política tradicional dentro de partidos e sindicatos, consegue se eleger para um cargo a partir do reconhecimento adquirido no campo midiático. Contudo, isso não garante que no campo político ela terá o mesmo protagonismo do seu campo de origem. Sobre isso, Miguel afirma:

O importante é observar que as posições no campo político não são mero reflexo das votações recebidas; basta lembrar tantos campeões de voto, sejam radialistas, cantores ou esportistas, que ocupam um lugar menos do que secundário no Congresso. O capital político é uma forma de capital simbólico, isto é, dependente do reconhecimento fornecido pelos próprios pares. Como todos, em certos momentos-chave lutam por votos e a popularidade contribui para tal reconhecimento, mas não é o único determinante. (MIGUEL, 2003, p. 119)

Deste modo, ainda que o acúmulo de capital econômico, cultural e social seja importante, isso não garante que o agente social ocupará uma posição de destaque no campo político. Nesse sentido, o capital econômico o permite acessar espaços restritos e adquirir um capital cultural que não é distribuído igualmente, sendo, portanto, inacessível para a maior parte da sociedade. Contudo, para que o indivíduo ou grupo possam ascender dentro do campo político, independentemente dos diversos capitais acumulados, irão precisar do reconhecimento. Resumidamente, os capitais possuem a capacidade de potencializar o sucesso do agente dentro do campo político, entretanto, sem o capital específico e o reconhecimento de seus pares, os indivíduos serão apenas coadjuvantes. Ao tratar da carreira política no Brasil, Miguel expõe que ela é hierarquizada, havendo diferença na importância e impacto de cada cargo. Além disso, o autor ressalta a teoria bourdieuana das disputas recorrentes que ocorrem dentro dos campos pelos agentes sociais. Assim:

“[...] os políticos atribuem pesos diferenciados aos cargos que podem vir a ocupar, optando por aqueles que julgam mais importantes ou prestigiosos. [...] Como regra geral, postula-se que quem está na base da pirâmide deseja ascender, mas como as vagas em cada etapa superior são cada vez menos abundantes, gera-se uma competição permanente.” (MIGUEL, 2003, p. 115)

Nesse sentido, uma trajetória tradicional na carreira política se inicia em um contexto mais local, como nos cargos de Vereador, Deputado Estadual e Prefeito, respectivamente. Miguel adverte, contudo, que em caso de cidades grandes, assumir a prefeitura é um cargo consideravelmente influente. Em seguida, sendo Deputado Federal, Senador e Governador, até se chegar ao cargo mais elevado que seria a Presidência. Há ainda a possibilidade de assumir ministérios ao longo dessa trajetória. O capital social vai auxiliar nessas ascensões, uma vez que com ele o indivíduo conhece pessoas influentes dentro da dinâmica política, como grandes empresários e/ou líderes sindicais. Contudo, como já citado, somente o reconhecimento dos pares poderá fazer com que o agente social possua uma posição de destaque no campo político. (MIGUEL, 2003, p. 116)

Para o autor, pode-se considerar o capital político um tipo de capital simbólico, uma vez que este é:

“[...] o reconhecimento da legitimidade daquele indivíduo para agir na política. Ele baseia-se em porções de capital cultural (treinamento cognitivo para a ação política),

capital social (redes de relações estabelecidas) e capital econômico (que dispõe do ócio necessário à prática política).” (MIGUEL, 2003, p. 116)

A partir das categorizações feitas por Bourdieu, Miguel identifica três tipos de capital político: delegado, convertido e heroico. O capital delegado é aquele que pertence de fato a uma instituição/organização, mas que pode ser transferido para o indivíduo ou grupo (provisoriamente), ou seja: “Isto é, o político é depositário de um capital que pertence, na verdade, à organização.” (MIGUEL, 2003, p. 121). O capital convertido se refere ao reconhecimento conquistado em outros campos/espacos e transferido para a política. Pode-se pensar no exemplo de uma grande celebridade de TV que, a partir da popularidade conquistada na mídia, consegue transferi-la para o campo político. O autor brasileiro pontua, entretanto, que há uma taxa de conversão para cada tipo de capital, ou seja, o capital convertido de um esportista, por exemplo, tende a ter menos reconhecimento na política do que de um intelectual do campo cultural. O outro tipo de capital é o heroico, que assim como o capital convertido, é o reconhecimento adquirido fora do campo político, mas diferentemente deste, que é conquistado constantemente e durante um intervalo de tempo relativamente prolongado, o capital heroico tem a ver com o carisma e é resultado de um (ou alguns) acontecimento pontual.

Por Bourdieu estar analisando uma realidade diferente da brasileira, Miguel elabora dois principais tipos de capital político, tendo como base os conceitos citados anteriormente. A principal razão apresentada pelo autor para essa distinção é o fato de que, no Brasil, os partidos e suas instituições, de maneira geral, não possuem uma consolidação firme e, com isso, o capital político originário dos partidos também é enfraquecido. Dessa forma, a partir das carreiras políticas brasileiras, capital delegado é “[...] entendido como o capital originário do próprio campo político e/ou estatal. Isto é, a notoriedade advinda de mandatos eletivos anteriores, da ocupação de cargos públicos (de confiança) no Poder Executivo e da militância partidária.” (MIGUEL, 2003, p. 121), enquanto o capital convertido é “[...] a popularidade conseguida em outros campos e deslocada para a política e também a transferência do capital econômico, por meio de campanhas eleitorais dispendiosas.” (MIGUEL, 2003, p. 121).

3. CAMPO POLÍTICO: PROFISSIONAIS E OUTSIDERS

Os dois tipos ideais abordados no capítulo anterior servem como base para a compreensão da carreira política de um profissional e de um outsider, o qual, para fins de conceituação, usaremos a definição do dicionário Cambridge, que o define como alguém que não é parecido ou aceito como um membro de um determinado grupo, organização, ou sociedade, assim como

quem se sente diferente daquelas pessoas que são aceitas como membras. Em seu artigo, Gilson Neto argumenta que:

“Os outsiders seriam os atores sociais que aproveitam o discurso antipolítica para se promoverem e no caso os estabelecidos os políticos tradicionais do sistema. Insider (dentro) os políticos que já atuam e outsider (fora) aqueles que aproveitam para construir seus projetos estratégicos para chegar ao poder, muitas vezes com o auxílio de meios de comunicação – aproveitando dispor de uma certa popularidade em canais de transmissão públicos e muitas vezes populistas.” (NETO, p. 8, 2019)

Isto posto, no caso dos políticos profissionais, detentores do capital delegado, sua trajetória política se dá de maneira contínua, tendo início com cargos menos prestigiosos até se chegar ao topo do campo. Por outro lado, os políticos outsiders são aqueles que possuem pouca ou nenhuma experiência prévia em partidos ou instituições, mas sim popularidade pelo seu capital adquirido em outros campos e buscam usá-lo para entrar na política, daí a ideia de capital convertido. Vale pontuar que por contarem com um considerável nível de notoriedade popular, a conversão entre seu capital de origem para a política permite que obtenha cargos eletivos mais influentes. Miguel adverte que, quando se analisa as carreiras políticas na realidade, o que se tem é a junção entre os dois tipos de capital (delegado e convertido) (MIGUEL, 2003, p. 121-122).

Se por um lado, o político tradicional precisa passar por determinadas etapas e processos para alçar cargos eletivos mais altos, o campo midiático possibilita que algumas etapas sejam puladas, como abordado por João Kamradt:

“[...]os meios de comunicação geram “atalhos” na carreira, na medida em que indivíduos com alta visibilidade midiática podem postular cargos mais elevados do que seria esperado em um desenvolvimento “normal” da carreira política.” (2021, p. 9)

Em relação aos tipos de trajetórias políticas, há um debate em relação à profissionalização da política e institucionalização dos partidos que coloca em evidência duas visões distintas, a pessimista e a otimista. De acordo com Paulo Magalhães Araújo (2015, pp. 319-320), a pessimista irá defender que os partidos não são tão influentes em relação à atuação dos seus quadros e que a dinâmica de recrutamento de candidatos pode beneficiar os outsiders. Por outro lado, a visão otimista irá defender que os partidos, ainda que com diferença do nível de influência sobre os seus quadros, dispõem-se de ferramentas para tal controle, além de que essas instituições:

“[...] contam com uma autonomia não negligenciável para organizar estratégias político-eleitorais em prol da organização (Braga, 2008). Por essa perspectiva, o campo da política avança em seu processo de institucionalização, os partidos importam e indivíduos não reinam absolutos.” (ARAÚJO, 2015, p. 319)

Assim como Miguel, André Marengo dos Santos parte de uma visão mais pessimista em relação ao debate, ressaltando que, por conta das diversas rupturas sofridas na democracia brasileira, o capital político originário dos partidos acaba sendo enfraquecido. Dessa forma, o autor argumenta:

“As identidades partidárias são produto da rotina gerada uma eleição após a outra, ao longo de muitos anos, que permite a assimilação de imagens, símbolos e valores associados a cada partido. Embora o calendário eleitoral não tenha sido interrompido — uma das singularidades do autoritarismo brasileiro —, a oferta partidária revela uma inconstância que dificulta aos “não-iniciados” captar o sentido contido em cada organização partidária.” (SANTOS, 1997, p. 87)

Uma vez que os partidos não são consolidados perante a sociedade a ponto de se construir uma relação de fidelidade com os eleitores, as relações políticas são baseadas em um contexto mais individualizado, com a troca de interesses mútuos em uma dinâmica clientelista. Uma das razões para que o eleitorado busque candidatos outsiders é que quando essa troca não acontece da maneira esperada, o eleitor pode responder essa insatisfação “[...] manifestando sua rejeição ao campo político através da escolha de candidatos reconhecidos como antitéticos ao político profissional (Guzzini, 1984; Novaro, 1994; apud SANTOS 1997, p. 88). Nesse sentido, Leyla Karakas e Devashish Mitra desenvolveram um modelo para demonstrar que, para os eleitores, é mais provável o candidato outsider cumprir com as promessas políticas do que o candidato tradicional, que tende a manter o *status quo* (KARAKAS; MITRA, 2020, p. 3).

A busca pelo reconhecimento em campos mais acessíveis acaba sendo uma estratégia interessante para quem pretende ingressar no campo político, uma vez que as elites que o controlam tornam esse espaço restrito para a maioria. Uma das razões que ajudam a explicar é justamente o avanço das tecnologias comunicativas, primeiramente com o rádio, a televisão e, mais recentemente, a internet. Antes desse processo, pode-se compreender o campo político como um ambiente muito mais restrito, já que o apoio aos candidatos se dava através do reconhecimento que era obtido, majoritariamente, pelos partidos e instituições. Essa mudança na dinâmica eleitoral intensificou o processo de ‘personificação do voto’, tendo em vista que o voto passou cada vez mais a ser dado à pessoa, e não ao partido ou ideias.

Obviamente, o avanço da tecnologia na comunicação política potencializou esse processo, mas não foi o único fator. Se por um lado, tanto a televisão quanto a internet beneficiaram o surgimento de políticos outsiders, concomitante a esse processo, nota-se diversas crises econômicas e sociais, assim como diversos casos de corrupção que colocam a descrença em relação ao que seria a política tradicional (RODRÍGUEZ ANDRÉS, 2016, pp.

89-90). Acerca do processo de enfraquecimento de partidos e instituições em paralelo com o impulsionamento de candidatos outsider, o autor Roberto Rodríguez Andrés disserta:

“Tem-se produzido um crescente descontentamento do cidadão com aqueles considerados "políticos profissionais", o que levou a uma crise de representação, já que os eleitores se mostram atraídos por pessoas que não tenham experiência política, posto que essa falta de experiência é considerada como algo positivo(Alcântara, 2012). Estes motivos estiveram por trás do colapso dos partidos tradicionais e a aparição de outsiders em diversos países da América Latina nos anos 90, um fenómeno que se estendeu também a outros muitos países na atualidade, entre eles a Espanha, aonde pode ver com especial incidência nas eleições gerais de 2015.” (2016, p. 90, tradução nossa)

Há, contudo, que se pontuar uma questão fundamental: a ideia acerca dos candidatos outsiders passam muito mais sobre a imagem que o eleitor tem sobre eles, do que a realidade de fato. Como mencionado anteriormente, o conceito frequentemente usado para outsider o define como alguém que não faz parte de um determinado grupo e, no caso político, indivíduos que não fazem parte da vida política tradicional, entendida como sua participação direta em partidos e instituições. Em um forte contexto de descontentamento com o sistema político e crises, torna-se interessante fazer uso de um discurso antipolítica e de apartidário, ainda que, na realidade, tenha algum tipo de ligação com partidos e/ou instituições. Esse tipo de fala é fundamental para se capitalizar os chamados votos de protesto, que são aqueles destinados para candidatos que, teoricamente, fogem de alguma forma do status-quo.

Vale mencionar que a própria legislação brasileira limita até onde um candidato consegue se manter, verdadeiramente, alheio ao ‘sistema’. Um dos principais fatores disso é o fato de que, para se candidatar, o indivíduo ou grupo precisa necessariamente estar filiado a um partido. Assim, primeiramente, cumpre mencionar que um dos critérios de elegibilidade que a Constituição Federal dispõe é a própria filiação partidária, sendo impossível querer se candidatar e se manter alheio ao sistema que muitos desses candidatos dizem combater.

Além disso, quanto mais dentro e habituado ao campo político, mais o candidato outsider poderá se beneficiar e conquistar seu principal objetivo que é a eleição. Importante notar que a proximidade com agentes dominantes do campo irá traduzir em diversos benefícios diretos para o candidato, como tempo de TV, fundo partidário e fundo eleitoral, assim como reconhecimento dos seus pares.

4. CAPITAL POLÍTICO E CAPITAL MUDIÁTICO: UMA RELAÇÃO DE INFLUÊNCIA MÚTUA

A visão pessimista que defende uma redução da importância dos partidos na democracia contemporânea dialoga com a ideia desenvolvida por Bernard Manin acerca das metamorfoses que o governo representativo passou ao longo do tempo. Para o autor francês, não há uma crise da representação como um todo, mas sim a crise de um modelo específico do sistema representativo, o qual pode ser dividido em três subtipos ideais: Democracia de Notáveis, Democracia de Partidos e Democracia de Audiência ou Auditório.

Manin diferencia os tipos de democracia de acordo com 4 critérios principais, mas para fim da discussão tratada aqui usaremos somente no que se baseiam as eleições dos representantes. Assim, o primeiro tipo se refere ao sistema observado principalmente na Inglaterra do século XIX, aonde a eleição do representante era baseada nas relações locais, na notoriedade dos representantes perante a sociedade e na confiança do eleitorado neles. Já a democracia dos partidos se observa ao longo do século XX e é aquela em que as eleições são definidas principalmente pela fidelidade e confiança que o eleitor tem com a instituição partidária, sendo essa mais relevante do que o candidato em si. Nessa fase, o capital delegado definido por Miguel, ou seja, aquele pertencente ao partido e emprestado ao indivíduo, é extremamente relevante no jogo político. Por último, o autor elenca a democracia de audiência, modelo em que se observa a mídia entrando como um importante agente no campo político, sendo fundamental na relação entre representantes e representados. Nesse momento, há um retorno da característica presente na Democracia de Notáveis referente à importância da confiabilidade pessoal entre eleitor e eleito. (MANIN, 1997, pp. 202-203; 206-210; 218-221)

Ao longo dessas diferentes etapas, é possível identificar que algumas características do representante podem ser mais ou menos relevantes. Na Democracia de Notáveis, por exemplo, o reconhecimento do representante na sociedade como alguém prestigioso e digno de ser um agente político é fundamental. Na Democracia de Partidos, o capital social passa a ser necessário, uma vez que através dele o político tem em sua rede social pessoas importantes dentro do partido, podendo ascender a posições elevadas que o permitem se tornar um representante. Já na Democracia de Audiência, as habilidades de um bom comunicador são necessárias para cativar o eleitorado. Vale mencionar que essas características não deixam de ser importantes conforme as metamorfoses ocorrem, mas a mudança nas dinâmicas pode impactar a reordenação dessas aptidões que são mais bem vistas do ponto de vista eleitoral.

Ao analisar as legislaturas da Câmara dos Deputados de 46 a 94 (não entra na análise os anos de ditadura), Santos identifica quais profissões possuem uma taxa de conversão maior ao migrarem para o campo político com menos de 30 anos em um primeiro mandato. Verifica-se que o número de empresários e profissionais de formação superior com menos de 30 anos que

iniciam sua carreira política é consideravelmente menor do que de funcionários públicos e advogados. Santos argumenta que a ocupação profissional de origem impacta na entrada da carreira política, já que a depender da profissão do candidato, ele poderá se dispor de mais capital econômico, social e cultural, assim como habilidades importantes para o campo político e o reconhecimento de que é hábil para fazer política. Acerca disso, Santos disserta:

“Até os 30 anos o indivíduo faz suas escolhas profissionais. Nesse momento, a motivação e o desenvolvimento de habilidades que ajudem a impulsionar uma carreira política se entrelaçam com a formação educacional e o início da atividade ocupacional. A notoriedade e a reputação adquiridas na atividade profissional, bem como o treinamento para o fazer político, predispõem o jovem advogado a se converter em homem político. Não há ruptura entre dois mundos, mas convergência. (SANTOS, 1997, p. 92)

Para além da profissão de origem, a imprensa e a mídia possuem um forte potencial de formar candidatos outsiders. Isso se dá pelo fato de que através das ferramentas midiáticas, essas pessoas têm acesso aos meios necessários para se ter visibilidade e ganhar notoriedade perante seu público/eleitorado, constituindo assim uma importante voz. Vale ressaltar que os candidatos não são os únicos beneficiados nessa relação, uma vez que para a televisão, rádio e, mais recentemente, o YouTube, esses candidatos também são importantes por contribuírem para o principal objetivo que esses meios de comunicação possuem: uma grande audiência. Entre os fatores que podem explicar essa relação de sucesso podemos mencionar a notoriedade dos candidatos celebridades que, já se dispondo de uma grande notoriedade, conseguem trazer um bom público para os canais televisivos. Além disso, cumpre mencionar que costumam ser pessoas carismáticas, com um discurso simples, de fácil compreensão, e que identificam na política tradicional a principal razão dos problemas da sociedade. Nesse sentido, prometer mudanças em relação ao que se vê habitualmente é suficiente, não sendo necessário apresentar propostas mais elaboradas.

Se por um lado há todo um processo para acesso aos meios de comunicação em massa (como televisão e rádio) que o dificulta, o avanço da internet e das mídias sociais permite que indivíduos se comuniquem com diversas pessoas sem precisar de um intermediário, como a grande estrutura midiática, criando um espaço onde as pessoas conseguem alcançar popularidade através dele.

Inclusive, essa relevância das redes sociais foi comprovada em pesquisa realizada pelo PoderData em outubro de 2021, na qual se observou que 43% dos entrevistados tem a internet como principal meio de informação. A televisão é o principal meio para 40%. Já em pesquisa feita pela Câmara dos Deputados e o Senado Federal, atestou-se que 79% dos entrevistados

costumavam receber notícias pelo aplicativo WhatsApp, seguido por canais de televisão (50%) e o YouTube (49%), respectivamente. Sobre essa ascensão da internet, Bernardo Sorj pontua:

“Cada vez mais procuram-se informações na internet, não somente nos sites dos próprios jornais mas também em blogs, que hoje se contam em milhões. Até mesmo a televisão, que em seu momento desbancou os jornais, estaria perdendo importância como principal fonte de notícias.” (SORJ, 2006, p. 126)

Os meios de comunicação em massa mudaram a estrutura das relações sociais e, especificamente, as relações políticas também. Em uma conferência realizada em 1999 em Lyon, Bourdieu já alertava sobre a influência da mídia no campo político e ao ser questionado sobre como reconhecer que uma instituição ou agente faz parte de um determinado campo, pontuou: “[...] reconhece-se a presença ou existência de um agente em um campo pelo fato de que ele transforma o estado do campo (ou que, se o retiramos, as coisas se modificam significativamente).” (BOURDIEU, 2011, p. 202). Assim, é possível observar as instituições midiáticas não somente como meras coadjuvantes na política, mas sim como agentes próprios do campo político, capazes de influenciá-lo diretamente. Nesse sentido, os avanços das tecnologias de comunicação fazem com que:

“[...] as mídias perdem este lugar de auxiliaridade e passam a se constituir uma referência engendradora no modo de ser da própria sociedade, e nos processos e interação entre as instituições e atores sociais” (NETO, Antônio, 2008, p. 93 APUD KAMRADT, 2021, p. 3)

Como mencionado anteriormente, cada campo possui um *habitus* e uma lógica própria, ainda que possam se relacionar entre si. Esse aspecto é importante para a compreensão de que, os campos políticos e midiáticos, por exemplo, ainda que distintos e independentes entre si, relacionam-se de tal forma que o acontecimento em um pode influenciar o outro, direta ou indiretamente. Os campos não são espaços fixos e imutáveis, mas sim constantemente modificados pelas disputas que os diversos agentes sociais protagonizam neles. Sobre isso, Bourdieu pontua:

“Não existe sempre um campo político (simplesmente enuncio esta proposição, sem argumentar a propósito). Há uma gênese do campo político, uma história social do nascimento do campo político. Coisas que nos parecem evidentes (por exemplo, o voto por maioria) foram o produto de invenções históricas extremamente longas. Essas coisas que parecem ter existido eternamente são frequentemente de invenção recente.” (BOURDIEU, 2011, p. 195)

Nesse sentido, o artigo escrito no início dos anos 2000 por Luis Felipe Miguel já identificava o efeito do rápido e contínuo desenvolvimento dos veículos comunicativos naquele período. O meio de comunicação em evidência naquela época era a televisão e ela ocasionou

mudanças significativas na dinâmica social e política. Tanto a televisão quanto o fenômeno recente da Internet impactaram as relações no campo político, além de influenciarem a formação da opinião pública em relação às diversas questões sociais, culturais e econômicas.

A televisão foi por muito tempo o meio de comunicação hegemônico, principalmente no final do século XX, onde o rádio e a mídia impressa foram perdendo gradativamente esse protagonismo. Bem como abordado por Miguel, percebe-se que ao longo da história, há uma reordenação dos aspectos além do discurso que o público julga mais ou menos importantes, e essa nova configuração se relaciona diretamente com qual meio de comunicação é o mais relevante de determinada época. Em relação a isso, Miguel aponta:

“Se hoje é importante que o candidato tenha um rosto atraente, antes pesavam mais a técnica retórica, o timbre de voz ou mesmo o talhe do corpo, já que indivíduos altos e corpulentos se destacavam mais em meio à multidão ou no palanque.” (2002, p. 158).

Pode-se considerar que a televisão nesse período apareceu como um dos principais instrumentos utilizados para a formação da opinião pública, tendo em vista o seu caráter inclusivo de proporcionar que pessoas analfabetas pudessem ver e ouvir as principais notícias, por exemplo (Miguel, 2002, pp. 155-156). Um dos impactos no campo político que a centralidade da televisão ocasionou foi fazer com que as técnicas publicitárias se tornassem fundamentais para o sucesso na disputa eleitoral. Assim, durante um bom período, o tempo de TV e as estratégias do marqueteiro se mostraram alguns dos principais fatores para que os candidatos alcançassem o seu objetivo.

Contudo, fenômenos recentes indicam que as redes sociais estão ganhando cada vez mais centralidade no campo midiático e, embora não seja possível dizer que a televisão perdeu sua importância, esses acontecimentos permitem pelo menos supor que a televisão não é mais determinante na disputa eleitoral. As eleições de Barack Obama e posteriormente de Donald Trump foram muito influenciadas pelo uso político que ambos fizeram de ferramentas como o Facebook. No Brasil, pode-se constatar a crescente importância das redes sociais principalmente a partir das eleições de 2016, mas ela passa a ser fundamental para compreensão dos desdobramentos das eleições de 2018. Naquele ano, observou-se que o tempo de televisão não teve tanto impacto para os resultados observados, como no caso do candidato à presidência Geraldo Alckmin (PSDB/SP), que, mesmo com 44% do tempo de TV, não teve um bom desempenho (Miguel, 2002, pp. 157-158).

Ainda que os meios de comunicação em massa trouxeram aspectos positivos, como do ponto de vista da inclusão, eles apresentam questões que preocupam estudiosos do tema. Leonardo Avritzer em seu trabalho recente, intitulado “O Pêndulo Da Democracia No Brasil:

Uma análise da crise 2013-2018”, argumenta que a presença de uma mídia plural é fundamental para a consolidação do sistema democrático. O autor identifica entre outras razões, a responsabilidade que a mídia personalista possui para a criação de uma opinião pública que gera descrença na política, principalmente nos governantes eleitos. A ausência de pluralismo midiático no Brasil foi abordada na pesquisa realizada em 2017 “Monitoramento da Propriedade da Mídia”, onde foi constatado que um pouco mais da metade dos 50 principais veículos midiáticos é controlado por cinco famílias, sendo a família Marinho do Grupo Globo a principal delas, dominando a audiência na televisão e com uma forte atuação em jornais impressos e na rádio (Avritzer, 2018, p.285-287). Miguel em seu texto chama atenção que um dos caminhos para solução do problema de monopolização e alienação das mídias tradicionais:

“[...] não passa pela “neutralidade” dos meios de comunicação, como se depreende do modelo habermasiano da esfera pública, mas por um verdadeiro pluralismo, que os mecanismos de mercado, por diversas razões, não provêem.” (MIGUEL, 2002, p. 164).

A internet e as redes sociais tinham, teoricamente, minimizado esse problema ao estabelecer um espaço de livre acesso em que o cidadão tem mais controle do conteúdo consumido. Contudo, o que se observa é que o monopólio ainda se faz presente nessa nova era digital. Das cinco principais redes sociais mais populares do mundo inteiro em outubro de 2021 segundo levantamento feito pela Statista, quatro delas (Facebook, WhatsApp, Instagram e Facebook Messenger) são do mesmo dono. A única figurante na lista das cinco mais populares que não faz parte do monopólio formado por Mark Zuckerberg é o Youtube, que curiosamente pertence a outra empresa que enfrenta processos por abuso de monopólio: Google. No ano passado, por exemplo, ela enfrentou ao menos três processos relacionados a práticas anticompetitivas. Além disso, a União Europeia já condenou o Google em três oportunidades pelas condutas anticompetitivas, havendo multas milionárias nesses casos.

Ainda que o espaço promovido pela internet e as redes sociais possa fazer parecer que o usuário está no controle da situação, alegando-se até mesmo que, diferentemente da TV, ela possibilita que ele tenha mais poder de escolha, denúncias e reportagens indicam que esse é um ambiente que pode também ser manipulador. Relatório elaborado pela Anistia Internacional pontua que Facebook e Google possuem “domínio quase total sobre os principais canais pelos quais as pessoas se conectam e se envolvem com o mundo on-line”. Esses diversos dados que são usados e compartilhados por essas empresas, algumas vezes até mesmo sem permissão, faz com que elas detenham um poder muito grande dentro do campo político e social, uma vez que as informações que chegam até o usuário podem não ser entregues de acordo com a vontade do

usuário ou de maneira aleatória, mas sim seguindo uma lógica dos algoritmos que limita consideravelmente o poder de escolha. Tendo em vista essa questão, diversos países vêm discutindo e aprovando leis nos últimos meses que visam regulamentar o uso e o compartilhamento de dados.

Como mencionado, o protagonismo das redes sociais e as mudanças que elas vêm ocasionando fez com que se tornassem cada vez mais um importante agente dentro do campo político. Alguns dos principais sinais dessa mudança na dinâmica foram as diversas fake News proliferadas ao longo do referendo em relação a saída da Reino Unido da União Europeia e na eleição de Donald Trump. Não indo muito longe, houve fortes campanhas de desinformações aqui mesmo no Brasil. As novas tecnologias e seus mecanismos avançam em uma velocidade que muitas vezes são mais rápidas do que a legislação que visa regulá-la, havendo nesse período alguns atos que são difíceis de controlar.

Além disso, uma pesquisa feita pela Universidade de Oxford intitulada “Desafiando a Verdade e a Confiança: Um Inventário Global da Manipulação Organizada nas Mídias Sociais”, mostra que nos diversos países do mundo, tanto partidos políticos, quanto diferentes instituições governamentais utilizam esses espaços para manipular a opinião pública, tanto através do compartilhamento em massa de *fake News*, quanto pela censura e a redução na confiança na mídia tradicional e na ciência, configurando uma forte ameaça à democracia. Segundo o estudo, práticas desse tipo são realizadas desde 2010, incluindo contratos entre os partidos políticos e as empresas especializadas nessas ações. Como se observa, a internet e a mídia de maneira geral não é um espaço livre como alguns autores otimistas pensam, já que ao fornecer: “[...] os esquemas narrativos que permitem interpretar os acontecimentos; na verdade, [a mídia] privilegia alguns destes esquemas, em detrimento de outros.” (MIGUEL, 2002, p. 173)

Na era digital em que estamos inseridos, torna-se praticamente impossível pensar em algum campo em que as redes sociais não interfiram diretamente. Ainda de acordo com a pesquisa, essas campanhas de manipulação e desinformação acontecem principalmente em períodos eleitorais. No caso brasileiro, a capacidade de manipulação foi considerada média, tendo contratos entre partidos políticos e empresas especializadas que chegam a até R\$ 10 milhões.

O sistema democrático acaba sofrendo uma limitação quando não se nota a presença de diferentes visões de mundo no sistema midiático, o que dificulta a difusão dessas diversas perspectivas e prejudica fortemente as minorias políticas, assim como aumenta o poder dos grupos dominantes. Sinteticamente, a teoria de Bourdieu acerca da ideia de campos pode ser definida como sistemas compostos por variadas forças sociais presentes tanto nos agentes do

sistema, quanto em sua própria estrutura. Embora esses diversos sistemas possuam sua própria autonomia, são marcados por um processo em que se relacionam de tal forma que a dinâmica de um campo impacta no outro e, como abordado por Miguel, é o que acontece entre o campo da política e o campo midiático. A centralidade da mídia nas relações sociais fez com que essa influência sobre o campo político fosse maior também, de tal forma que hoje em dia se torna praticamente impossível a análise de um sistema, sem se atentar ao outro (Miguel, 2002, 165-167).

Como abordado acima, o campo midiático influencia o campo político de diversas formas, como quando usado para convencer o eleitor ou para definição da agenda a ser discutida. Mas como exposto por Miguel: “[...] mídia e política formam dois campos diferentes, guardam certo grau de autonomia e a influência de um sobre o outro não é absoluta nem livre de resistências; na verdade, trata-se de um processo de mão dupla.” (Miguel, 2002, p.167).

Ambos os campos aqui citados – midiático e político – possuem uma relação em que há uma influência mútua, uma vez que para os candidatos, grandes mídias e redes sociais são as principais ferramentas para se chegar aos eleitores. De outro modo, o sistema midiático tradicional enxerga nas figuras políticas a possibilidade de encontrar as diversas notícias de interesse do seu público. Miguel defende que, se por um lado a mídia possui as ferramentas para o político ser conhecido pelos eleitores, a estrutura política sabe até que ponto a exposição midiática pode ser benéfica (2002, p. 179). Com o advento das redes sociais e os políticos as utilizando como a principal forma de comunicação política, há uma dinâmica em que conseguem fazer sua mensagem chegar rapidamente a um grande número de pessoas, sem necessariamente passar por algum tipo de filtro ou intermédio das mídias convencionais, como na televisão por exemplo.

Em *live* realizada no dia 09 de junho de 2020 no YouTube pelo canal Wagner Romão, o professor Adrian Gurza Lavalle observa que o sistema representativo operava por um processo de tripla filtragem antes do advento das novas tecnologias. Assim, primeiramente havia o filtro de “auto-seleção”, ou seja, aquele que define quem poderia se dedicar à política, uma vez que os capitais são distribuídos desigualmente e os aspectos socioeconômicos influenciam diretamente quem pode se candidatar e/ou se eleger, tendo em vista que para se tornar político não basta simplesmente querer, mas também poder. O segundo filtro seria os partidos, que segundo ele “selecionam candidatos que fazem carreira dentro do partido, que correspondem às preferências programáticas do partido ou aqueles que possuem potencial político”. A terceira filtragem seria por parte da mídia, que define quais são os candidatos e temas pertinentes. Sendo assim, o universo de possibilidades que o eleitor possui é limitado por esse processo de tripla

filtragem. Contudo, Lavallo pontua que as mídias sociais, e em específico o WhatsApp, fazem com que os indivíduos tenham uma representação do campo político que não passa pela filtragem dos partidos e nem da mídia tradicional, podendo atuar como um atalho para quem deseja se candidatar e entrar no campo político.

Se nas eleições de 2014 ainda pairavam dúvidas acerca da influência que as redes sociais podiam ter no campo político, em 2018 elas definitivamente se apontaram como um dos principais meios usados para comunicação política tanto de candidatos quanto de eleitos e do partido em geral. Para além disso, as redes sociais intensificam a capacidade de formar indivíduos com potencial político, ainda que não tenham carreira dentro do campo ou se encaixem dentro da preferência pragmática do partido. Tendo isso em vista, iremos analisar duas candidaturas de eleições distintas, mas que o campo midiático foi fundamental para o sucesso eleitoral de ambas, mesmo que os principais meios de comunicações utilizados fossem distintos (televisão e internet).

5. ESTUDO DE CASO: FRANK AGUIAR E LUIS MIRANDA (DEM/DF)

Como mencionado, ainda que cada campo possua autonomia e tenha suas próprias regras, a depender do campo e da dinâmica existente nele, pode ser que outros campos sejam capazes de interferir direta e indiretamente nele, como é o caso do campo político e midiático. Mesmo que uma carreira política tradicional se dê internamente, crescendo gradativamente de acordo com o cargo eletivo no legislativo ou indicações no executivo, há ainda a possibilidade de se firmar em uma carreira construída em outro campo, e usar esse capital adquirido para cooptar votos e reconhecimento político. Muitas vezes, seguir a trajetória tradicional pode ser consideravelmente mais difícil, por conta da inacessibilidade do campo político, que constitui um espaço muito rígido para a entrada de novos agentes influentes. Assim, em alguns casos, pode ser mais interessante acumular diferentes formas de capital em outros campos, para só depois desse acúmulo entrar de fato no campo político, uma vez que essa estratégia permite que algumas etapas sejam puladas e o candidato possa tentar cargos mais influentes e disputados, sem necessariamente passar por alguma experiência efetiva dentro do partido ou algum cargo mais local, por exemplo.

Nesse sentido, trabalharemos aqui com dois tipos ideais de indivíduos que conseguiram – com êxito – migrar esse sucesso de outros campos para o político: o ex-Deputado Federal pelo PTB de São Paulo, Frank Aguiar, e o Deputado Luis Miranda (DEM/DF). Ainda que

eleitos em eleições distintas e, conseqüentemente, contextos diferentes, ambos foram eleitos tendo como base a imagem de políticos outsiders. Dessa forma, o estudo de caso abordará um pouco da biografia de ambos, a trajetória até chegar na Câmara dos Deputados, assim como as possíveis semelhanças e diferenças entre os dois casos analisados.

Muitos conhecem Frank Aguiar por sua carreira como cantor e compositor, contudo, outros aspectos importantes na vida do ex-deputado, que contribuíram para que ele fosse um dos 513 representantes em Brasília, não são tão conhecidos. Primeiramente, é importante contextualizar detalhes que permitem ter uma dimensão melhor do que está por trás do famoso cantor. Assim, Francineto Luz de Aguiar – ou Frank Aguiar - nasceu no dia 18 de setembro de 1970 em Itainópolis, que é um pequeno município do Piauí a cerca de 360 km da capital Teresina e que possui cerca de onze mil habitantes, segundo o Censo de 2010. Assim como boa parte dos municípios brasileiros, Itainópolis tem a maior parte de sua verba oriunda de fontes externas (88,1%). Segundo o site do IBGE, apenas 5.6% dos domicílios possuíam esgotamento sanitário adequado.

Ele é o quinto filho de uma família de lavradores. Seu pai se chama Francisco Hilário de Aguiar e sua mãe Zulmira Maria da Luz. Ele conta que o sonho de seus pais era vê-lo como advogado ou médico, mas, ao invés disso, sempre teve uma relação muito próxima com a música, com seu pai ensinando seus primeiros acordes musicais. Com 6 anos já tocava acordeon e com 11 montou sua primeira banda, denominada “Voo livre” e que, posteriormente, veio a ser a “Banda FA”, por conta do nome do cantor. A partir de então, começou a cantar em cidades vizinhas.

Aos quinze anos, deixou o pequeno município de Itainópolis para cursar música na Universidade Federal do Piauí (UFPI). Contudo, em março de 1992, com 22 anos, decidiu trancar o curso, ir para São Paulo e continuar seu caminho até se tornar o cantor de sucesso que conhecemos hoje. Em 2001, iniciou o curso de bacharel em direito, o qual concluiu em 2005. Inclusive, ao ser questionado se fez o curso pensando em uma possível candidatura, o cantor responde: “[...] fiz esse curso exatamente me preparando para a política. Sem falar que o curso é muito bom, e ampliar conhecimentos nunca é demais.” Além disso, desde muito cedo, o artista – que é católico apostólico romano - tocava nas igrejas da cidade. Aguiar é devoto de Santa Cecília, conhecida por ser protetora dos artistas, e de Nossa Senhora de Fátima, padroeira de sua cidade natal. Ademais, já ressaltou que dirige rituais espirituais em sua casa, com o uso do chá Ayahuasca.

Ao pesquisar o nome do artista na internet, nota-se que as matérias de alguns dos principais sites de informação do país não aborda tanto a relação do ex-Deputado com a política

que, como será mostrada, tem início muito mais cedo do que o ano de sua candidatura (2006). Dessa forma, vale mencionar que, segundo o Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC) da Fundação Getúlio Vargas, em 1992, Aguiar se filiou ao Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) e presidiu o diretório municipal de Itainópolis (PI) até 1994. A política faz parte da sua família, sendo que seu pai foi vereador e sua irmã deputada estadual pelo Partido Comunista do Brasil (PCdoB). Quando questionado do porquê de se candidatar, Frank Aguiar pontua:

“Política está no sangue. Eu sou filho de político. Meu pai foi vereador, minha irmã já foi deputada estadual. Então eu cresci vendo a cena, vendo a casa cheia e isso me despertou a vontade. E como cantor, passei a andar o Brasil e ver um país tão grande, tão rico e tão mal distribuído. Eu lancei um partido (foi um dos fundadores do PSDB em sua cidade natal no Piauí) aos 19 anos, mas só agora me coloquei como candidato.”

Inclusive, o artista faz questão de mostrar que ele não é apenas um cantor, mas sim alguém que possui a capacidade para estar na política e que se preparou para ocupar esse espaço. Em uma tentativa de mostrar que mesmo não sendo um político tradicional, ele tem capacidade para representar seu público/eleitor, Aguiar diz:

“Às vezes, quando as pessoas não têm oportunidade de conversar com a gente, elas rotulam os novatos de exóticos. E isso não é legal, não é real, porque não cheguei aqui de pára-quadras. Eu tenho um projeto, sou formado em direito, um curso que me dá uma base maior de democracia, de cidadania. Ou seja, me preparei para esse momento e vejo a necessidade de entrar para a política e mudar a imagem do político, que está desacreditado.”

Ainda assim, o ex-Deputado reconhece que sua carreira e trajetória fora do campo político foi fundamental para o sucesso eleitoral, por já ser conhecido pelos seus eleitores. Quando questionado se conseguiria ser eleito somente com o horário eleitoral, Frank Aguiar responde:

“Não porque não dava nem tempo. Eles votaram pelo cidadão que eles conhecem. Um homem vencedor que veio, lutou, buscou, acreditou, realizou. Porque nós tínhamos dez segundos, mal dava para falar o nome e o número, quanto mais as ideias, os projetos.”

O outro caso analisado é o do Deputado Federal Luis Miranda (DEM/DF), que embora tenha ganhado grande notoriedade nacional durante a CPI da Pandemia, ao denunciar irregularidades em uma compra de vacina, já possuía uma considerável relevância na internet através da rede social YouTube. A seguir, um breve resumo da sua trajetória até se tornar o político conhecido de hoje.

Luis Claudio Fernandes Miranda é um empresário, comunicador, consultor e político brasileiro. Nasceu na capital do país, em Brasília, no dia 27 de março de 1980. No site da Câmara dos Deputados, há a informação de que o grau de sua escolaridade é o ensino médio.

Na biografia do parlamentar no site do seu partido, o Democratas, consta que abriu sua primeira empresa aos 15 anos, sendo essa uma loja de informática. Embora não tenha encontrado nenhuma entrevista que o parlamentar fale explicitamente de sua religião, sempre se colocou como cristão. Em seu perfil na rede social Instagram, é possível ver uma foto postada em novembro de 2020 em comemoração ao Dia Nacional do Evangélico, que inclusive é feriado na cidade natal do parlamentar. Além disso, em junho de 2020, também postou uma foto em que relembrou seu batizado em uma igreja evangélica, em 1999.

O empresário Luis Miranda já teve diversas empresas ao longo de sua vida e uma delas foi a “FitCorpus”, que segundo o canal do empreendimento no YouTube, era uma empresa que prestava assessoria administrativa para clientes que necessitassem de crédito para a realização de sua cirurgia plástica ou tratamento estético. Ainda de acordo com o canal, em seu primeiro ano de funcionamento, a empresa ganhou o Prêmio Brasileiro de qualidade e o Top of Quality, dado pela Ordem dos Parlamentares do Brasil – OPB. Inclusive, essa é a empresa responsável pela primeira polêmica do parlamentar. Há um processo de 2011 de uma cliente da clínica que fez uma depilação a laser, mas saiu com algumas queimaduras no corpo. Em matéria veiculada no site do jornal Metrôpoles, há o seguinte trecho: “Clientes acusam o deputado de, na época, colocar pessoas sem qualificação específica para manusear os equipamentos. Desde o episódio, o Conselho Regional de Medicina do DF proibiu a clínica de realizar procedimentos.”

Mesmo sempre se colocando como apartidário em seus vídeos para o Youtube, de acordo com sua biografia no site do Democratas, ele se filiou ao partido em 2008, com cerca de 28 anos. Contudo, de acordo com a tabela de filiação do DEM extraído do Tribunal Superior Eleitoral, sua filiação se deu no dia 01/08/2013, que seria então com 33 anos. Em 2014, o parlamentar se mudou para os Estados Unidos da América por, segundo ele, não gostar do rumo político que o Brasil estava tomando. Lá nos EUA, abriu uma empresa do ramo de importação e exportação. No mesmo período, começou a postar vídeos no YouTube em que enaltecia o estilo de vida no país e defendia o *American Way of Life*, assim como comparava os preços de produtos e serviços entre o Brasil e a terra do Tio Sam. Em janeiro de 2022, o parlamentar conta com 639 mil inscritos e 944 vídeos.

Após essa breve biografia geral de ambos os casos analisados nesse trabalho, dar-se-á agora uma atenção mais focada no aspecto político, contrastando possíveis semelhanças e diferenças até se chegar ao poder dentro do campo político, assim como a relação do cantor e do comunicador com o campo midiático. Como já mencionado, política sempre esteve presente na vida de Frank Aguiar e, ainda que não possa ser considerado um político tradicional, sua relação com ela antes da eleição de 2006 – que foi o seu primeiro cargo eleitoral - permite dizer,

no mínimo, que ele possui uma experiência política a qual boa parte da sociedade brasileira não possui. Desde os 19 anos faz parte de uma estrutura partidária, tendo em vista que em 1992 se filiou ao Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) e, durante cerca de 2 anos, presidiu o diretório municipal de sua cidade natal, o qual ele mesmo fundou. Além disso, sua irmã, Marilene Luz Aguiar, foi Deputada Estadual pelo Piauí em 2002 pelo PCdoB do Piauí. Desde 2019, ela é a presidente estadual do Partido Republicano da Ordem Social (PROS). Seu pai também já foi vereador.¹

O artista foi um importante músico, principalmente no segmento de forró, e fez bastante sucesso, conquistando diversos fãs no Brasil inteiro. Seu êxito na carreira musical fez com que várias músicas do cantor fossem algumas das mais escutadas nas rádios, assim como participar dos principais programas de TV no auge do seu sucesso. Em 2005, o ex-Deputado lançou seu primeiro DVD na casa de shows Olympia, em São Paulo, que na época era um dos principais palcos do país. Para se ter noção do impacto e do sucesso midiático do artista, ele foi homenageado no Carnaval Paulista de 2006 pela tradicional escola de samba Tom Maior. Ademais, o cantor também já foi indicado a um dos principais prêmios para artistas sul-americanos, o Grammy Latino de 2010, com o álbum “Daquele Jeito”, assim como vendeu mais de 50 milhões de CD’s ao longo dos seus quase 30 anos de carreira. Essa trajetória fez com que Frank Aguiar fosse uma celebridade no Brasil inteiro, sendo popularmente conhecido como um ótimo cantor. O capital midiático adquirido pelo artista foi o grande responsável pelo sucesso eleitoral que ele obteve em 2006, já que sua experiência política não era conhecida pela maior parte dos eleitores e o mesmo era visto apenas como um outsider.

O caminho trilhado pelo cantor até se tornar deputado pode ser interpretado por muitos, no mínimo, como a de um outsider muito específico ou até mesmo a de um não outsider. O fato de ser filiado a um partido político e presidir um diretório municipal com 19 anos já o coloca em uma parcela muito pequena da sociedade, tendo em vista que, segundo dados de abril de 2021 do TSE, dos mais de 16 milhões de brasileiros filiados, apenas 1,86% têm menos de 25 anos. Isso é importante pois, ainda que o processo de filiação não possua aspectos oligárquicos em si, o que se vê com os dados de filiação partidária é que aspectos socioeconômicos influenciam diretamente quem se filia, uma vez que recursos individuais, tais como grau de escolaridade, renda e tempo disponível são fundamentais para a filiação e, em consequência, o ativismo partidário, já que quem participa não é simplesmente porque quer, mas também porque pode.

¹ Não foi possível identificar o partido que o pai de Frank Aguiar foi vereador. Em contato com sua irmã, Marilene Aguiar, ela disse não se recordar do ano, mas mencionou que ele foi vereador em Itainópolis-PI.

Embora não possa ser considerado um político tradicional, sua experiência partidária o permitiu adquirir o que é conhecido como know-how político, que pode ser traduzido livremente para “saber como”. Esse termo se refere a um conjunto de conhecimentos especializados que trazem vantagens competitivas para quem o possui. Estar dentro de um partido é uma ótima oportunidade para desenvolver diversas habilidades para o jogo político e que, muitas vezes, não podem ser adquiridos se não nesse espaço. Além disso, estar lá também possibilita a expansão do capital social, conhecendo figuras influentes dentro do campo político. Contudo, como visto acima, a estrutura partidária é muito fechada e quem participa dela constitui uma minoria dentro da sociedade, fazendo com que o know-how político adquirido seja um conhecimento escasso, de difícil acesso e distribuído desigualmente. Ainda que no caso analisado esse aspecto possa não ser considerado o mais preponderante para o sucesso eleitoral, ele com certeza contribuiu para que acontecesse.

Nesse sentido, o capital celebridade foi o principal responsável para a eleição de Frank Aguiar, demonstrando a influente relação entre o campo midiático e o político, assim como as vantagens de não ser um político tradicional. Primeiramente, o fato de ser conhecido nacionalmente pesa muito em uma eleição, já que é muito mais difícil o eleitor dar seu voto em alguém que ele não sabe nada. Em segundo lugar, tem o fato de que em eleições que escândalos de corrupção ocupam um considerável espaço na cobertura midiática, votos de protesto em políticos não tradicionais também acaba sendo uma vantagem para os candidatos outsiders. O terceiro aspecto a ser observado é de que Frank Aguiar é um artista muito carismático, característica importante para conquistar o eleitor.

O outro caso a ser observado é o de Luis Miranda (DEM/DF). Ainda que comumente em seus vídeos ele se coloque como apartidário, ele é filiado ao Democratas desde 2008, segundo sua biografia no site do partido, e desde 2013, segundo dados do TSE. De qualquer forma, sua relação com o partido se iniciou antes de sua viagem aos Estados Unidos e, conseqüentemente, antes de gravar seus famosos vídeos que comparam o estilo de vida estadunidense e brasileiro, fazendo com que o atual parlamentar não seja tão apartidário como comumente dizia ser em seus vídeos publicados. Assim como Aguiar, o Deputado Federal se filiou a um partido consideravelmente antes dos 6 meses mínimos para o critério de elegibilidade, o que proporcionou acesso ao *know how* político, ainda que o público não tenha tanto conhecimento sobre essa parte da trajetória dele.

Além disso, ainda que no momento da eleição Luis Miranda não era tão conhecido nacionalmente como no caso do cantor, é possível considerá-lo um grande fenômeno de um dos principais meios de comunicação, que é a internet. Em 2018, possuía cerca de 600 mil

seguidores no YouTube, além de milhões de seguidores nas redes sociais Instagram e Facebook. Assim como o artista, a eleição do Deputado se deu em um cenário de muitos escândalos de corrupção, sendo uma vantagem muito grande o discurso antissistema do então candidato, que o afastou da política tradicional e conquistou o voto de eleitores insatisfeitos. Para se ter noção do impacto da plataforma de suas redes sociais, Luis Miranda se configura como o primeiro deputado brasileiro eleito morando no exterior (ele fez apenas 25 dias de campanha no Brasil).

Outro ponto de semelhança que ambos carregam e que foi importante para a eleição é a habilidade que desenvolveram nas profissões exercidas antes do cargo eletivo. O Youtuber foi aprimorando as habilidades de um bom comunicador ao gravar vídeos habitualmente, sempre se dirigindo ao seu público de uma maneira muito carismática e coloquial. Da mesma forma, ao conquistar o grande sucesso como cantor, o ex-Deputado Frank Aguiar passou a ser figura recorrente nos principais programas de rádio e de televisão da época. Tal exposição foi importante para que, assim como Miranda, ele pudesse desenvolver o *know-how* de um bom comunicador, habilidades que o fez se tornar apresentador alguns anos depois, tendo seu próprio programa tanto na rádio, quanto na televisão. Como se sabe, a oratória e a forma de se portar perante o público, assim como outras características, são importantes para a carreira política e o sucesso nela. A trajetória trilhada por ambos permitiu desenvolvê-las em outros campos diferentes do político e, ao se apresentarem como candidatos, eles já estavam aptos a desempenhá-las com naturalidade e conquistar seus eleitores.

Importante ressaltar as diferenças e semelhanças do contexto eleitoral e político em 2006 e em 2018. Primeiramente, vale pontuar que em ambas as ocasiões, os escândalos de corrupção estavam tendo grande destaque na mídia. Em 2005, um dos casos mais emblemáticos de escândalo tomava as principais manchetes do país: o Mensalão. Ainda que existente desde 2002, o esquema só foi descoberto em 2005 pelo delator e ex-Deputado Federal pelo Partido Trabalhista Brasileiro - PTB, Roberto Jefferson. Segundo ele, o tesoureiro do Partido dos Trabalhadores destinava certa quantia para parlamentares em troca de apoio ao governo de Luiz Inácio Lula da Silva (PT). O desenvolvimento das comunicações de massa trouxe uma nova configuração e a mídia passou a impactar diversos campos, principalmente o político, como aponta Carlos Figueiredo:

“Os meios de comunicação de massa assumiram uma importância central na política moderna em países onde vigoram democracias representativas, e não há como negar que o comportamento dos mass media pode ajudar a decidir eleições, influir em decisões nos poderes legislativo e executivo, alterar o comportamento dos agentes do campo político, mobilizar a população em torno de determinados temas etc.” (2008, p. 1)

Da mesma forma, em 2014, teve início uma operação que atrairia o holofote da mídia durante cerca de 6 anos: a Lava-Jato. Essa operação da Polícia Federal realizou diversos mandados de busca e apreensão e de prisão que tiveram como principal alvo alguns dos principais nomes da política nacional. Diferentemente do Mensalão, no entanto, a cobertura que o caso teve levantou fortes debates sobre a espetacularização midiática, tendo em vista a forma como as coberturas das operações eram feitas, com fortes influências na eleição de 2018.

O fato é que os escândalos políticos são bem-vindos dentro da mídia já que, entre outros fatores, costumam trazer grandes audiências e impactam diretamente o campo político, ainda mais quando ocorre nas vésperas de um ano eleitoral. Nesse sentido, acaba sendo ainda mais interessante para o candidato se colocar como um candidato outsider, tal como feito pelos casos analisados. No vídeo de anúncio da sua candidatura, o Deputado Federal Luis Miranda (DEM/DF), por exemplo, tenta se distanciar da política tradicional mencionando que “[...] eu preciso viver do dinheiro das minhas empresas aqui, porque não vou viver de salário mamando na teta do governo, não quero salário de governo, não quero verbas de gabinete, eu não quero nada disso galera”. Além disso, faz uso de um discurso que o aproxima do cidadão médio e o distancia da política tradicional, como por exemplo quando: “[...] eu quero que nas próximas eleições, muitos pais de família, guerreiros, lutadores, pessoas honestas, não político profissional, estejam ocupando aquelas cadeiras” “A gente tem que parar de colocar lá políticos profissionais e sim gestores [...]”. Por criticar recorrentemente o sistema político, o parlamentar fez questão de dar uma explicação breve sobre ter se filiado ao Democratas anos atrás, argumentando que encontrou na legenda pessoas que lutavam por coisas que ele acreditava.

Tal discurso utilizado pelo parlamentar faz parte daquilo que alguns autores britânicos, como Matthew Wood, Jack Corbett e Matthew Flinders, chamam de “político celebridade do cotidiano”. Esse grupo de políticos são caracterizados por construírem uma imagem popular, que faz o seu espectador/eleitor enxergá-lo como alguém próximo, que entende suas demandas assim como ele e que, por isso, faria diferente dos políticos tradicionais. Kamradt pontua que Valentina Cardo:

“[...]alega que a visibilidade estabelecida pelos meios de comunicação permite aos políticos substituírem o seu “distanciamento impessoal” ou percebido por uma “intimidade mediada” e estabelecer uma relação particular com o seu eleitorado. “A sugestão é de que, através dessa intimidade, os políticos adquirem a capacidade de se apresentar como ‘um de nós’ (CARDÓ, 2014, p. 147, apud KAMRADT, 2021, p. 3).”

Curiosamente, ainda que o empresário e deputado tenha falado que não usaria os benefícios de deputado, por ser muito bem-sucedido nos EUA e não precisar das verbas, conforme o site da Câmara dos Deputados, até o momento ele fez jus a todos os benefícios do

cargo. Ao longo dos seus 3 primeiros anos de mandato (2019-2021), por exemplo, gastou R\$ 3.531.178,48 só com verba de gabinete, totalizando uma média de 92,90% de gasto da verba disponível, prática bem diferente da teoria usada na campanha do youtuber.

6. CONCLUSÃO

A teoria de Bourdieu nos permite compreender como funciona as relações sociais nos diversos campos existentes, assim como a importância dos capitais para conseguir a ascensão neles. Diferentemente de Marx, o autor francês analisa um contexto de sociedade diferente e mais complexo, sendo necessário evidenciar outros tipos de capitais para além do econômico que contribuem para explicar a relação entre dominantes e dominados.

Ainda que cada campo possua sua autonomia, eles também interagem entre si e se influenciam mutuamente. Nesse sentido, evidenciamos no trabalho principalmente a relação entre o campo político e o campo midiático onde, ainda que não possa ser considerado algo novo, os rápidos avanços das tecnologias de comunicação estão recorrentemente alterando a dinâmica existente. Torna-se cada vez mais difícil pensar em um, sem levar em conta o outro. Tendo em vista essa relação, tanto a televisão/rádio, quanto mais recentemente as redes sociais foram responsáveis por alterar fortemente a dinâmica dos diversos campos existentes, especialmente o político e o midiático. Hoje em dia, por exemplo, até mesmo políticos que possuem uma trajetória tradicional passaram a ter em suas redes sociais o principal meio de comunicação com seu eleitorado. Como mencionado, além de não precisar da mediação de grandes canais televisivos, através da internet eles conseguem ter uma comunicação mais próxima com seu público, assim como a possibilidade de suas visões e posições chegar a pessoas que não os conheciam pela capacidade de difusão que ela possui.

Os meios de comunicação passaram a ser agentes fundamentais e decisivos no campo político e as redes sociais trouxeram inovações que facilitaram a entrada de atores pela via do campo midiático, funcionando como uma espécie de atalho para conseguir cargos eletivos mais altos, sem necessariamente passar por cargos mais locais. Além disso, seu impacto foi tão forte que, como mencionado, até mesmo políticos tradicionais tiveram que se adaptar para continuar no jogo, tendo em vista esse novo cenário que coloca as campanhas políticas feitas na internet com grande destaque para o sucesso eleitoral. Citando Suzy dos Santos, Neto pontua:

“Santos explica que os políticos comunicadores não são exatamente uma novidade, mas que seu poder tem se tornado cada vez maior. Nas últimas eleições, candidatos com este perfil ficaram entre os mais votados.” (NETO, p.5, 2019).

Além disso, mesmo tendo a vantagem de se colocar como outsiders em um contexto de forte descontentamento com a política, vimos que a trajetória dos casos ora analisados tem uma relação com estruturas partidárias consideravelmente anos antes da candidatura, aspecto que os colocam em vantagem competitiva com outros candidatos que, por vezes, passa a conhecer a estrutura partidária momentos antes da eleição.

Outro ponto que vale ressaltar é a forma como ambos lidam com o que John Kane e Haig Patapan chamam de “paradoxo do líder democrático” (2012, p. 24). Resumidamente, esse paradoxo consiste na ideia de que líderes políticos precisam parecer acima do cidadão médio, para que haja confiança de que eles podem legislar/governar, assim como eles devem parecer com esse mesmo cidadão, já que assim o político poderá representá-lo da melhor forma, assim como se afirmar como um autêntico cidadão.

Nas eleições de 2006, por exemplo, Frank Aguiar usou muito da pauta trabalhista como estratégia de aproximação com o eleitor. Assim, o então candidato do Partido Trabalhista Brasileiro mostrava que conhecia boa parte dos anseios do trabalhador. Por outro lado, para ganhar a confiança de que seria um bom legislador, ele cita que política está no sangue por conta da experiência que sua irmã e seu pai tiveram, assim como que fez o curso de direito e, portanto, tem um conhecimento que o permite entender mais do assunto. Da mesma forma, Luis Miranda postava vídeos informais, com uma linguagem coloquial e sem uma grande produção que transmite a ideia de “gente como a gente”. Mencionava também como teve dificuldades no Brasil para crescer na vida e, assim, conhece pelo que seus seguidores/eleitores estão passando. Contudo, ele também se apresenta como um gestor de sucesso que venceu na vida nos Estados Unidos, um empresário de sucesso que sabe administrar e, portanto, também desempenharia um bom papel no Congresso Nacional.

Em um contexto de centralidade da televisão e rádio, Frank Aguiar comumente aparecia em programas que permitiam mostrar mais seu lado pessoa, pai, marido etc., e não necessariamente a celebridade amplamente já conhecida. Da mesma forma, Luis Miranda também explorou esse lado, só que sem a necessidade da intermediação de um canal televisivo, por exemplo, e sim através das suas próprias redes sociais.

Ainda é cedo para calcular o impacto das redes sociais como um todo, mas na política ela já vem dando fortes sinais de que é um dos principais mecanismos utilizados pelos agentes do campo. Assim como quando o rádio e a televisão surgiram remodelando a disputa política e a forma de fazê-la, o avanço da internet a cada ano que passa mostra que as mídias sociais também estão redefinindo todo o campo político, com mudanças profundas desde o momento de campanhas políticas e poder de uma candidatura, até a maneira de se prestar contas e,

atualmente, estamos vendo a própria internet sendo o espaço pelo qual políticos discutem e votam projetos de leis, tendo em vista que durante boa parte de 2021 o processo legislativo brasileiro se deu de maneira remota. Ademais, fica a impressão de que os termos excludentes ‘políticos profissionais’ ou ‘outsiders’ não são mais suficientes para abranger os tipos de candidaturas existentes nessa era em que os canais midiáticos têm tanta relevância na política, podendo ocorrer de ser observado características de ambos os tipos em um mesmo candidato.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIAR, Frank. Jingle Oficial da campanha Frank Aguiar Deputado Federal 1570. 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=GLF-j80MeHw>>. Acesso em: dezembro de 2021.
- ARAÚJO, Paulo Magalhães. Resenhas. Revista Brasileira de Ciência Política [online]. 2016, v. 00, n. 19 [Acessado 05 de dezembro de 2021], pp. 317-330. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/0103-335220161915>>. ISSN 2178-4884. <https://doi.org/10.1590/0103-335220161915>.
- AVRITZER, Leonardo. O PÊNDULO DA DEMOCRACIA NO BRASIL: Uma análise da crise 2013-2018. Novos estud. CEBRAP [online]. 2018, vol.37, n.2, pp.273-289.
- BARBIERI, Caio. Barroso nega habeas corpus e Luis Miranda terá de entregar passaporte. 2019. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/colunas/janela-indiscreta/barroso-nega-habeas-corpus-e-luis-miranda-tera-de-entregar-passaporte>>. Acesso em: dezembro de 2021.
- BOURDIEU, P. O campo político. Revista Brasileira de Ciência Política, p. 193–216, jul. 2011.
- BOURDIEU, P.; & ORTIZ, R. (1983). Pierre Bourdieu: sociologia. S. Paulo, Editora Ática.
- BOURDIEU, P.; O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil S.A, 1989.
- BOURDIEU, P.; PASSERON, J.-C. A reprodução: elementos para uma teoria do sistema de ensino. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 2. ed. 1982.
- BOURDIEU, Pierre. Choses dites. Paris: Minuit. 1987.
- BOURDIEU, Pierre. Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico. São Paulo: Editora UNESP, 2004.
- BRAZILIAN TIMES. Luis Miranda anuncia candidatura para Deputado Federal em Brasília e diz abrir mão do salário. 2018. Disponível em: <<https://www.braziliantimes.com/comunidade-brasileira/2018/08/17/luis-miranda-anuncia-candidatura-para-deputado-federal-em-brasilia-e-diz-abrir-mao-do-salario.html>>. Acesso em dezembro de 2021.
- CABRAL, Isabela. Como acontece a manipulação da opinião pública nas redes sociais. 2018. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/listas/2018/08/como-acontece-a-manipulacao-da-opiniao-publica-nas-redes-sociais.ghtml>>. Acesso em: novembro de 2021.
- CARVALHO, Letícia. Youtuber que mora nos Estados Unidos é eleito deputado federal pelo DF. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/df/distrito->

[federal/eleicoes/2018/noticia/2018/10/09/youtuber-que-mora-nos-estados-unidos-e-eleito-deputado-federal-pelo-df.ghtml](https://www.g1.com.br/federal/eleicoes/2018/noticia/2018/10/09/youtuber-que-mora-nos-estados-unidos-e-eleito-deputado-federal-pelo-df.ghtml). Acesso em: dezembro de 2021.

COSTA, Soraia. “NÃO VIM PARA BRINCAR”, DIZ FRANK AGUIAR. 2006. [Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/projeto-bula/reportagem/nao-vim-para-brincar-diz-frank-aguiar/>](https://congressoemfoco.uol.com.br/projeto-bula/reportagem/nao-vim-para-brincar-diz-frank-aguiar/). Acesso em: dezembro de 2021.

CPDOC | FGV. Francineto Luz de Aguiar. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/francineto-luz-de-aguiar>>. Acesso em dezembro de 2021.

DEMOCRATAS. Luis Miranda. [Disponível em: <https://dem.org.br/lideres_e_membros/luis-miranda/>](https://dem.org.br/lideres_e_membros/luis-miranda/). Acesso em: dezembro de 2021.

DIÁRIO DO GRANDE ABC. Confira entrevista completa de Frank Aguiar; veja vídeo. 2013. [Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pQBk05JYlcU>](https://www.youtube.com/watch?v=pQBk05JYlcU). Acesso em: dezembro de 2021.

F5 FOLHA. Frank Aguiar vira apresentador e vai comandar tardes de domingo da RedeTV!. 2013. [Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2013/11/1368792-frank-aguiar-vira-apresentador-e-vai-comandar-tardes-de-domingo-da-redetv.shtml>](https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2013/11/1368792-frank-aguiar-vira-apresentador-e-vai-comandar-tardes-de-domingo-da-redetv.shtml). Acesso em: dezembro de 2021.

FIGUEIREDO, Carlos. O Poder Simbólico da Notícia: Mídia, Eleições e Escândalo Político. VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo UMESP (Universidade Metodista de São Paulo). 2008.

GAFIEIRAS. FRANK AGUIAR [2006]. 2019. [Disponível em: <https://medium.com/gafieiras/frank-aguiar-nov-2006-b2b2a64b5578>](https://medium.com/gafieiras/frank-aguiar-nov-2006-b2b2a64b5578). Acesso em: dezembro de 2021.

IBGE. Itainópolis. 2010. [Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pi/itainopolis/panorama>](https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pi/itainopolis/panorama). Acesso em: novembro de 2021.

KAMRADT, João. O capital celebridade e suas articulações em outros campos: a teoria de Bourdieu estendida e o caso de Felipe Neto. Revista Brasileira de Ciência Política, nº 36, p. 1-32. 2021.

KANE, John; PATAPAN, Haig. The Democratic Leader: How Democracy Defines, Empowers and Limits its Leaders. Oxford: Oxford University Press. 2012.

KARAKAS, L. D.; MITRA, D. Inequality, redistribution and the rise of outsider candidates. Games and Economic Behavior, v. 124, p. 1–16, 1 nov. 2020.

LUIS MIRANDA USA. A verdade por trás das câmeras!!! O real motivo do meu retorno para o Brasil. 2018. [Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=o5zP3jOSN8I>](https://www.youtube.com/watch?v=o5zP3jOSN8I). Acesso em: dezembro de 2021.

LUIS MIRANDA USA. Bolsonaro admite que os Estados Unidos são um modelo a ser copiado! - Luis Miranda USA. 2017. [Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=71C2eKrrByA>](https://www.youtube.com/watch?v=71C2eKrrByA). Acesso em: dezembro de 2021.

LUIS MIRANDA USA. Crime de Corrupção virará Crime Hediondo se depender do Deputado Luis Miranda! #2555. 2018. [Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=o2Xe8JLoHD0>](https://www.youtube.com/watch?v=o2Xe8JLoHD0). Acesso em: dezembro de 2021.

LUIS MIRANDA USA. [Disponível em: <https://www.youtube.com/c/LuisMirandaUSA/featured>](https://www.youtube.com/c/LuisMirandaUSA/featured). Acesso em: dezembro de 2021.

LUIS MIRANDA USA. Interrompemos essa Programação para um Comunicado Muito Importante! Luis Miranda Super Sincero. 2018. [Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=h3Nxxiqgmj4>](https://www.youtube.com/watch?v=h3Nxxiqgmj4). Acesso em: dezembro de 2021.

LUIS MIRANDA USA. Vereadora que defendia bandidos é assassinada! Quem pode sair do Brasil não pensa duas vezes!. 2018. [Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KPBCkuYXOEK>](https://www.youtube.com/watch?v=KPBCkuYXOEK). Acesso em: dezembro de 2021.

LUIS MIRANDA USA. VT para o Horário Eleitoral Gratuito em primeira mão para vocês!. 2018. [Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dPD5g1zaBwQ>](https://www.youtube.com/watch?v=dPD5g1zaBwQ). Acesso em: dezembro de 2021.

Manin, B. Metamorphoses of representative government. In *The Principles of Representative Government (Themes in the Social Sciences)*, pp. 193-235). Cambridge: Cambridge University Press. 1997.

MCNAMEE, Roger. O desejo de poder de big techs como Google e Facebook. 2020. [Disponível em: <https://exame.com/blog/opiniaio/o-desejo-de-poder-de-big-techs-como-google-e-facebo/>](https://exame.com/blog/opiniaio/o-desejo-de-poder-de-big-techs-como-google-e-facebo/). Acesso em: dezembro de 2021.

MIGUEL, L. F. Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o Congresso brasileiro. *Revista de Sociologia e Política*, p. 115–134, jun. 2003.

Miguel, L. F. Os meios de comunicação e a prática política. *Lua Nova: Revista de Cultura e Política* [online]. 2002, n. 55-56 [Acessado 05 de janeiro de 2022], pp. 155-184. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-64452002000100007>. Epub 29 Jan 2004. ISSN 1807-0175. <https://doi.org/10.1590/S0102-64452002000100007>.

NETO, G. A. J. Meios de comunicação e os atalhos na carreira política: Entendendo os outsiders a partir das eleições 2018. *Anais do Seminário Comunicação e Territorialidades*, v. 1, n. 5, 2019.

O GLOBO. 'Os produtos do Facebook prejudicam as crianças e enfraquecem nossa democracia', diz delatora em audiência no Senado dos EUA. 2021. [Disponível em:](#)

https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia/os-produtos-do-facebo-prejudicam-as-criancas-enfraquecem-nossa-democracia-diz-delatora-em-audiencia-no-senado-dos-eua-1-25224962?utm_source=globo.com&utm_medium=oglobo>. Acesso em: dezembro 2021.

PEREIRA, Álvaro. Luis Miranda – Novo deputado federal do Guará. 2018. Disponível em: <https://jornaldoguara.com.br/2018/10/16/luis-miranda-novo-deputado-federal-do-guara/>>. Acesso em: dezembro de 2021.

PTB Notícias. “Estou deputado...cantor serei sempre”, diz Frank Aguiar em entrevista. 2007. <https://ptb.org.br/estou-deputado-cantor-serei-sempre-diz-frank-aguiar-em-entrevista/>>. Acesso em: dezembro de 2021.

PTB Notícias. Frank Aguiar afirma que sua eleição foi um voto de confiança do povo paulista. 2006. Disponível em: <https://ptb.org.br/frank-aguiar-afirma-que-sua-eleicao-foi-um-voto-de-confianca-do-povo-paulista/>>. Acesso em: dezembro de 2021.

PTB Notícias. Leia entrevista de Frank Aguiar, candidato a deputado pelo PTB, à colunista Monica Bergamo. 2006. Disponível em: <https://ptb.org.br/leia-entrevista-de-frank-aguiar-candidato-a-deputado-pelo-ptb-a-colunista-monica-bergamo/>>. Acesso em: dezembro de 2021.

RECORDPROGRAMATARDE. Descubra tudo sobre a trajetória da carreira de Frank Aguiar. 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wgEsgcVzgGI>>. Acesso em: dezembro de 2021.

RODRIGUES, Douglas; UMBELINO, Thais. Saiba quem são os congressistas eleitos mais influentes nas redes sociais. 2018. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/congresso/saiba-quem-sao-os-congressistas-eleitos-mais-influentes-nas-redes-sociais/>>. Acesso em dezembro de 2021.

RODRÍGUEZ-ANDRÉS, R. (ROBERTO). El ascenso de los candidatos outsiders como consecuencia de las nuevas formas de Comunicación Política y la desafección ciudadana. 2016.

ROMÃO, Wagner. Dilemas contemporâneos da representação política. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SqXRHOePggI>>. Acesso em: outubro de 2021.

ROSCOE, Beatriz. Internet é principal meio de informação para 43%; TV é mais usada por 40%. 2021. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/internet-e-principal-meio-de-informacao-para-43-tv-e-preferida-de-40/>>. Acesso em: novembro de 2021.

SANTOS, A. M. Nas fronteiras do campo político: raposas e outsiders no Congresso Nacional. Revista Brasileira de Ciências Sociais, n. 33, p. 87-101, 1997.

SILVA, A. DE O.; SANTOS, C. CAPITAL SOCIAL, CAPITAL HUMANO E EDUCAÇÃO: o ensino da sociologia e a construção da cidadania. *Perspectiva Sociológica: A Revista de Professores de Sociologia*, v. 0, n. 3, 2009.

SORJ, B. Internet, espaço público e marketing político: entre a promoção da comunicação e o solipsismo moralista. *Novos estudos CEBRAP*, p. 123–136, nov. 2006.

STATISTA. Most popular social networks worldwide as of October 2021, ranked by number of active users. 2021. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>>. Acesso em: novembro de 2021.

TAHAN, Lilian; DOYLE, Hélio; BARBIERI, Caio. O youtuber Luís Miranda se elegeu no DF mesmo morando em Miami. 2018. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/colunas/grande-angular/o-youtuber-luis-miranda-se-elegeu-no-df-mesmo-morando-em-miami>>. Acesso em: dezembro de 2021.

TSE. Estatísticas de filiados a partidos revela baixa participação feminina e de jovens na política. 2021. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Junho/estatisticas-de-filiados-a-partidos-revela-baixa-participacao-feminina-e-de-jovens-na-politica>>. Acesso em: dezembro de 2021.

TV APARECIDA. Frank Aguiar recebe o Terra da Padroeira. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=x3GOs2hsdfw>>. Acesso em: dezembro de 2021.

VALENTE, Jonas. WhatsApp é principal fonte de informação do brasileiro, diz pesquisa. 2019. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-12/whatsapp-e-principal-fonte-de-informacao-do-brasileiro-diz-pesquisa>>. Acesso em: novembro de 2021

VEJA. EUA preparam processo contra Google sobre negócios em publicidade digital. 2021. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/economia/eua-preparam-processo-contr-google-sobre-negocios-em-publicidade-digital/>>. Acesso em: dezembro de 2021.

WELLE, Deutsche. Facebook e Google ameaçam direitos humanos, acusa Anistia. 2019. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/internacional/facebo-e-google-ameacam-direitos-humanos-acusa-anistia-dw/>>. Acesso em: novembro de 2021.

WOOD M; CORBETT J; FLINDERS M. Just like us: Everyday celebrity politicians and the pursuit of popularity in an age of anti-politics. *The British Journal of Politics and International Relations* 18. 2016.