



O Escândalo Político e o Discurso Jornalístico: Aproximações Teóricas e Propostas Analíticas¹

Cícero Costa VILLELA²
Paulo Roberto Figueira LEAL³

Universidade Federal de Juiz de Fora – Faculdade de Comunicação Social – Programa de Educação Tutorial

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo apontar possibilidades teóricas de que o conceito de escândalo político (Thompson, 2002) seja utilizado para a compreensão do discurso jornalístico. Busca-se evidenciar as relações entre jornalismo e política e como se dá a produção dos escândalos políticos. Com isso, pretende-se entender o escândalo não como uma anomalia, mas como algo que se faz presente no próprio discurso que o campo jornalístico produz sobre suas próprias práticas.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Escândalo Político; Discurso

1 - Introdução

O presente texto pretende-se como uma reflexão teórica acerca dos escândalos políticos-midiáticos. Pretende-se mostrar as condições sociais, políticas e midiáticas de seu aparecimento (THOMPSON, 2000). Para tanto mobilizaremos conceitos de campo, capital simbólico e *habitus* provenientes da sociologia de Pierre Bourdieu. (1980) Municiados desse instrumental faremos uma descrição do campo político e seu funcionamento.

Em um segundo momento tentaremos mostrar o surgimento do campo midiático (dando enfoque ao campo do jornalismo especificamente). Dessa forma pretendemos mostrar que as relações entre mídia e política existem desde antes da autonomização do

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação do 9º semestre do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora. Bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET), financiado pela Secretaria de Ensino Superior (SESu/MEC), que tem como propósito integrar na graduação as atividades de ensino, pesquisa e extensão. Contato: cicervillela@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora. Contato: pabeto.figueira@terra.com.br



campo jornalístico e que desse diálogo dos campos surge o discurso do jornalista como o “iluminador”. (CAVALCANTI, 2006)

Em um último momento, analisaremos como é atualmente a relação entre mídia e política e como esse contexto de *política de confiança* (THOMPSON, 2000) associado ao fato de que as práticas do sistema informativo se baseiam cada vez em critérios de entretenimento, fazem do escândalo político uma característica endêmica de nosso sistema.

Este artigo é uma introdução àquilo que pretendemos de fato. A partir dele pretende-se estudar como se estrutura o escândalo discursivamente, ou seja, quais as posições que os jornalistas ocupam no escândalo, quais as formações discursivas que os afetam e qual ideologia está presente no seu discurso. Dessa forma queremos explicitar e discutir como funcionam as relações de poder entre os campos.

Dados esses pontos, iniciaremos o texto a partir das propostas analíticas do sociólogo inglês John Thompson, em seu livro *O Escândalo Político* (2000), para vermos como surge e como funcionam os escândalos.

2 - O Conceito de Escândalo e o Escândalo Político

John Thompson (2000, p. 38) aponta que a palavra “escândalo”, tanto em língua inglesa, quanto na língua portuguesa, apareceu por volta do século XVI. Neste momento inicial, seu uso se dava em dois contextos: no meio religioso, era utilizado para se referir a comportamentos da pessoa religiosa que levassem ao descrédito da religião; em contexto mais secular, era utilizada para caracterizar as ações que ferissem os sentimentos morais e o senso de decência.

Hoje em dia, a palavra perdeu seus sentidos religiosos e passou a descrever uma forma de transgressão moral. “Escândalo se refere a ações ou acontecimentos que implicam certos tipos de transgressões que se tornam conhecidos de outros e que são suficientemente sérios para provocar uma resposta pública”. (THOMPSON, 2000. p.40)

Dessa forma, os escândalos estão ligados a determinado tipo de comportamento que, de alguma forma, fere os sentimentos morais de determinados indivíduos, bem como seus deveres de ação no mundo. Contudo, só haverá escândalo se houver outra pessoa, um *não-participante* que relate a história. Ou seja, o escândalo, nessa acepção, já nasce como relato da realidade. Segundo Thompson, o escândalo se refere a ações ou acontecimentos, que devem possuir algumas características:



1) sua ocorrência ou existência implica a transgressão de certos valores, normas ou códigos morais; 2) sua ocorrência ou existência envolve um elemento de segredo ou ocultamento, mas elas são conhecidas ou firmemente cridas como existentes por outros indivíduos que não os envolvidos (chamaria esses indivíduos de *não-participantes*); 3) alguns *não-participantes* desaprovam as ações ou acontecimentos e podem sentir-se ofendidos pela transgressão; 4) alguns *não-participantes* expressam sua desaprovação denunciando publicamente ações ou acontecimentos; 5) a revelação e condenação das ações e acontecimentos podem prejudicar a reputação de indivíduos responsáveis por eles (embora isso não seja sempre, ou necessariamente, o caso, como veremos). (THOMPSON, 2000. p. 40)

As normas e valores que são transgredidos em um escândalo são de difícil definição. Sabe-se que normas e valores estão implicados em relações de poder que dizem aquilo que é lícito ou não em uma determinada sociedade. Normalmente a divulgação de um escândalo está ligada a uma tentativa de moralização da sociedade, tornando público os comportamentos desviantes. Há, todavia, três temas que ganham mais relevância em escândalos. Sexo (na verdade, os desvios daquilo que se considera comportamento sexual socialmente aceito); dinheiro (corrupção); e poder (abuso do poder político).

A trama do escândalo é construída por uma pessoa que não participa diretamente do acontecimento. Dessa forma, o escândalo torna-se um relato e sua narrativa é um jogo de luz e sombra. Há um jogo de gato e rato, em que alguém tenta encobrir determinados fatos, enquanto outros tentam torná-los públicos. É o que Thompson chama de *drama de ocultação e revelação* (p.45). Para se tornar escândalo não basta que uma ou duas pessoas desaprovem o acontecido, é preciso torná-lo público, é preciso expressar a desaprovação. Enquanto fica restrito a um número pequeno de pessoas, ele se presta somente a boato ou fofoca.

É claro que fofoca e boatos podem desencadear em escândalo, e muitos escândalos são, na verdade, precedidos por boatos que circulam entre partes interessadas, tais como jornalistas e políticos, ou simplesmente entre indivíduos que tomam conhecimento do fato. Mas um escândalo pode surgir somente se a concordância tácita, que mantém a fofoca e o boato ao nível de comunicação privada entre amigos ou conhecidos, é rompida e as revelações, junto com determinadas formas adequadas de discurso infamante sobre ações ou acontecimentos em questão, são articuladas em público – isto é, de um modo que seja até certo ponto *aberto* e acessível para que uma pluralidade de outros possam ver ou ouvir ou ouvir falar. (THOMPSON, 2000. p. 48)

Se, portanto, o escândalo é a divulgação pública de comportamentos “desviantes” do senso moral e dos valores de uma determinada sociedade



(THOMPSON, 2000), o que há de específico nos escândalos políticos. Qual a sua natureza? Quais questões eles trazem de diferente dos escândalos comuns?

Para a devida compreensão da especificidade do escândalo político, é necessário o estabelecimento de diálogo com dois conceitos de Pierre Bourdieu (1983): campo e capital simbólico. Campo pode ser definido como “um sistema específico de relações objetivas que podem ser de aliança e/ou de conflito, de concorrência e/ou de cooperação, entre posições diferenciadas, socialmente definidas e instituídas, claramente independentes da existência física dos agentes que as ocupam” (FILHO *et* MARTINO, 2003. p. 36).

Um campo determina as posições que os sujeitos devem ocupar, o valor de cada posição e o prestígio que cada sujeito recebe. A autoridade dentro do campo está relacionada ao capital simbólico que o agente é passível de acumular - no caso do campo político esse capital está relacionado ao prestígio que o sujeito é capaz de acumular. Entendemos capital simbólico como as habilidades e as competências que os agentes desenvolvem dentro do campo no qual está inserido, ele está ligado à acumulação de prestígio, reconhecimento e respeito atribuída a certos agentes ou instituições. (THOMPSON, 2000. p. 132) Segundo Bourdieu, acumular capital simbólico é fundamental para qualquer campo, ele diz:

acumular capital é fazer um ‘nome’, um nome próprio, um nome conhecido e reconhecido, marca que distingue imediatamente seu portador, arrancando-o como forma visível do fundo indiferenciado, despercebido, obscuro, no qual se perde o homem comum. Vem daí, sem dúvida, a importância das metáforas perceptivas, de que a oposição entre *brilhante e obscuro* é paradigma na maioria das taxinomias escolares. (BOURDIEU *apud* GOMES, 2004. p. 55)

Dado esses pontos, podemos definir o que é especificamente o campo político. “É o campo de ação e interação que está ligado à aquisição e ao exercício do poder político através do uso do poder simbólico, entre outras coisas. O uso do poder simbólico não é acidental ou secundário à luta pelo poder político, mas é essencial a ele” (THOMPSON, 2000. p. 132).

O campo político está interessado na coordenação e na regulação dos padrões de interação dos indivíduos. Essa coordenação é dada por meio de instituições que possuem esses interesses como fundamentais, são as instituições do Estado. Essa autoridade do Estado é garantida pelo uso do poder simbólico. Há formas de cultivar e sustentar a crença na sua legitimidade.



Os agentes do campo político retiram seu prestígio, ou acumulam capital simbólico, de duas formas distintas. Uma interna: o ganho de prestígio dentro do campo, a partir da rede de contatos, de reconhecimento pelos seus pares. Contudo, em uma democracia liberal, não basta receber o apoio de sua classe. É necessário adquirir apoio do público, dos eleitores.

Daí provém a necessidade de o político estar sempre na esfera da visibilidade, ser visível, mostrar-se atuante, para, dessa forma, adquirir um ‘nome’ diante dos eleitores. Logo, o que há de específico no escândalo político é que ele

é um escândalo que envolve indivíduos ou ações que estão situados dentro de um *campo político* e que têm um impacto nas relações dentro desse campo. É o campo político que caracteriza um escândalo político como político; ele fornece o contexto para o escândalo e configura seu padrão de desenvolvimento. (THOMPSON, 2000. p. 129)

Para ser enquadrado como político, um escândalo deve ter seus efeitos dentro do campo político, ou seja, deve afetar de alguma forma a reputação de algum agente deste campo. Pode-se então afirmar que o escândalo político faz parte da luta pelo acúmulo do capital simbólico dentro do campo. Uma pessoa afetada por algum escândalo terá seu nome manchado e isso enfraquece suas possibilidades dentro do campo.

A conquista de capital simbólico perante os cidadãos passa necessariamente pela esfera de conquista de confiança dos eleitores – além disso, nas democracias liberais modernas, agentes públicos têm a obrigação de publicizar seus atos. Todavia, essa esfera não está mais sob controle dos políticos. Atualmente, a esfera de visibilidade pública é controlada pela mídia e seus agentes (por exemplo, os jornalistas).

Portanto, a análise da especificidade do escândalo político exige um debate sobre as relações entre os campos político e midiático. Como o próprio discurso dos jornalistas sobre aquilo que fazem, somado às rotinas produtivas e às alterações na própria política, impacta a cobertura política? Em que medida ela organiza-se por meio da lógica do escândalo? Para responder a essas questões, é preciso jogar luzes sobre a estrutura e a narrativa midiáticas.

3- A Formação do Campo Midiático

O surgimento e o desenvolvimento da imprensa entre os séculos XVII e XX trouxe consigo alterações fundamentais no campo da visibilidade pública dos



acontecimentos. Porém, o surgimento da imprensa se dá dentro do próprio campo político. Seu processo de autonomização acontece de sua passagem de meio para uma mediação. (GOMES, 2004, p. 46).

Essa passagem pode ser descrita por meio de três modelos, definidos por Gomes (2004, p. 46). O primeiro diz respeito ao relacionamento da imprensa com a política não como um elemento à parte, mas como um componente de seu campo. Isso acontece no século XVIII, quando há uma imprensa fortemente opinativa, sobretudo a de origem burguesa. Essa imprensa atuava em um campo político, mas estava isolada do Estado absolutista. Ela criticava-o tornando públicas as discussões.

Ela é fruto da necessidade de constituição da publicidade civil, isto é, de uma esfera de discussão pública política realizada fora da esfera política restrita, mas como parte essencial do universo político conduzido na esfera pública. (GOMES, 2004, p. 46)

O segundo momento se dá quando a burguesia se torna a classe dirigente e seu papel começa a ser reconsiderado. O primeiro ponto é que não havia uma homogeneidade de interesses na burguesia que fosse capaz de também homogeneizar o discurso da imprensa. Com isso, a imprensa torna-se uma imprensa de partido, ela passa a se entender como um órgão a serviço do partido político ao qual se vincula.

No Brasil, vemos esse tipo de imprensa, sobretudo, no final do século XIX e início do século XX. Ela teve papel importante na luta pela abolição e pela república no país. A preocupação central dessa imprensa política não era com a política, mas com o fato político, este entendido como aquele que ocorre na esfera restrita daqueles que ocupam cargos de poder. (CAVALCANTI, 2006, p. 62)

Segundo Cavalcanti (2006), essa imprensa traz para si um discurso que pensa o jornalista como o “iluminador” - imagem esta presente até hoje na visão que os jornalistas têm de si e de suas práticas. “A imagem que se quer ter (ou cristalizar) do jornalista, a saber, a do sujeito iluminado, que tem por missão trazer a luz do conhecimento”. (CAVALCANTI, 2006 p. 64)

Esse segundo modelo diz respeito à perda de hegemonia dos impressos, que passam a conviver com meios tecnológicos, como o cinema, o rádio e a televisão. É o momento de surgimento dos *mass media* contemporâneos, de matriz audiovisual. Apesar dessas mudanças, esses meios se mantinham ainda inseridos às questões levantadas pelo primeiro modelo, porém com maior alcance.



Tem início aí a grande transformação da importância da visibilidade. Enquanto a publicização dos temas se dava somente por meio da imprensa, as questões (inclusive os escândalos) ficavam restritas a uma pequena parcela da população, os alfabetizados, ou os que tinham acesso e interesse por esses materiais. Os novos meios de comunicação alteravam completamente esse padrão. Era possível tomar conhecimento dos fatos sem compartilhar de um mesmo local, sem interagir com outra pessoa.

Essas novas formas de interação midiática envolvem o emprego de um meio técnico (papel, cabos elétricos, ondas eletromagnéticas, etc.) que possibilita a transmissão da informação e do conteúdo simbólico às pessoas que não partilham de um mesmo local espaço-temporal. Por conseguinte, o desenvolvimento dos meios de comunicação implica uma complexa reordenação das características espaço-temporais da interação face a face. As pessoas podem agora interagir com outras que se localizam em contextos espaço-temporais distantes. (THOMPSON, 2000 p. 63)

O terceiro modelo vai tomando seu lugar durante o século XX até se tornar predominante.

Pouco a pouco não restavam propriamente mais ‘meios’ de comunicação. A imprensa de partido foi sendo assimilada pelas novas formas da indústria da informação. Os outros dispositivos foram incorporados a um setor industrial forte e competitivo dedicado à cultura e ao entretenimento para consumo em larga escala. A indústria da informação surge quando o mundo dos negócios se dá conta de que a informação pode se transformar num negócio cujas transações se realizam não mais com corporações e partidos mantenedores, mas com duas categorias novas, os consumidores de informação e os anunciantes. (GOMES, 2004, p. 49-50)

A autonomia do campo da mídia (o que implica deixar de ser somente meio e passar a se tornar uma instituição com interesses próprios) passou pela sua integração a uma indústria da cultura e pela sua independência econômica – ressalvando-se que essa independência é relativa, já que a mídia depende dos anunciantes para se manter.

Dessa forma, a indústria da comunicação torna-se aquela que detém o poder de tornar público, de dar visibilidade aos fatos ocorridos na esfera da política. Pode-se, então, descrever como se dá o funcionamento do campo da comunicação (mas especificamente o do jornalismo), para, a partir daí, efetivar-se a discussão de como ele interage com o campo político. Com isso, pretende-se mostrar como se dá a disputa pelo controle da visibilidade pública na nossa sociedade e como a lógica do entretenimento afetou a política.



O ganho de autonomia por parte do campo do jornalismo, acrescido da sua modernização leva a uma mudança na própria concepção do fazer jornalístico. Antes o jornalista se via como alguém que estava à procura de intervir diretamente no espaço público, dando sua opinião e discutindo temas. Isso deixa de ser uma realidade com a industrialização do jornal. Antes os jornalistas eram relatores dos fatos, agora são seus escravos.

A passagem do jornalismo artesanal para o industrial provoca transformações não apenas na prática como no próprio perfil do jornalista: não mais o boêmio, mas o que deve se submeter a novas regras. O jornalista romântico passa a ser visto como ineficaz, despreparado para enfrentar as crescentes mudanças, como a racionalização dos processos de produção. Isso não significa que há uma mera substituição, sai de cena o romântico e entra o racional, o metódico, mas que novas discursividades se abrem, possibilitando, assim que novos elementos entrem na configuração do imaginário do/sobre o jornalista, na constituição de sua identidade. (CAVALCANTI, 2006. p. 70)

Para Jauranice Cavalcanti (2006, p. 14), ao adotar a perspectiva da análise de discurso, sobretudo as contribuições de Bakhtin, a formação da identidade do jornalista e sua concepção da prática jornalística é heterogênea. Ela identifica que há três grandes diálogos presentes na identidade do jornalista. Dois que o ligam a essa concepção que ela chama de romântica e o outro com o momento que aqui se pretende descrever. Os dois que se ligam à aura romântica são diálogos com os campos da literatura e da política. Um traz consigo a imagem do jornalista literato, intelectual, aquele que é capaz de dominar os meandros da língua. O outro traz a imagem do jornalista que vai até as obscuridades do poder e traz à luz os fatos, que intervém no espaço público.

As alterações no jornalismo industrial fecham espaço para a prática desses jornalismo “românticos”, mas isso não quer dizer que esses discursos desaparecem. Na verdade, os escândalos políticos divulgados na mídia em abundância são frutos dessa busca de dar luz às obscuridades do poder.

Mas é fato que, em termos históricos, eles perdem espaço para o discurso da objetividade. O jornalismo passa a ser uma busca pela “verdade” e passa a adotar padrões de construção de seus conteúdos. Não há consenso sobre quando o conceito de jornalismo objetivo apareceu, mas, de uma maneira geral, o texto de Cavalcanti (2006, p.73) aponta para o século XIX e a uma forte ligação com a ideologia positivista. É o que origina o chamado padrão americano, o uso intenso da pirâmide invertida, o *lead*, isso tudo ancorado em um discurso da objetividade. No Brasil, esse modelo chega em

meados da década de 50 e começa a transformar as redações. No fundo, há a crença de que o uso dessas técnicas seria capaz de apagar marcas do sujeito.

Autodefinindo-se como ‘escravo dos fatos’, os jornalistas sustentam implicitamente a tese de que a verdade independe de qualquer relato, prevalece absoluta, atinge sua realidade a cada instante. Nessa reflexão, a verdade é autônoma de qualquer processo de observação, verificação e posterior relato jornalístico ou não. (FILHO *et* MARTINO, 2003. p. 108)

A partir desses pontos, o jornalismo se constrói como um campo. Ele se desliga do político e vai em busca de seu capital simbólico. Em busca de seu prestígio público. Com isso não se pode mais falar do jornalismo como apenas um meio de passagem da informação, e sim de um campo social, que diz a posição a cria *habitus*.

O conceito de *habitus* é também proveniente da sociologia de Pierre Bourdieu (1980): trata-se da interiorização das regras e procedimentos que regem a atuação em determinado campo. Ele é capaz de produzir práticas tanto individuais quanto coletivas, é um efeito de interiorização dessa “estrutura invisível”. (CAVALCANTI, 2006. p. 20)

No campo do jornalismo falar de *habitus* significa falar de categorias de percepção da realidade partilhadas pelo campo. Dentre essas categorias inclui-se o processo de seleção daquilo que vai se tornar ou não notícia, o que é visível para os agentes do campo. Isso significa que o domínio da visibilidade pública está nas mãos dos agentes desse campo.

Assim como ocorre ao campo da política, o do jornalismo necessita do apoio dos cidadãos para se manter. É necessário um público consumidor para garantir anunciantes e assim aumentar as receitas da empresa. A garantia de credibilidade passa por sua autolegitimação como agente em busca da verdade e pela tese de que suas informações são o espelho do mundo no qual vivemos. Isso significa que a afirmação pública da independência e da objetividade fazem parte das estratégias do campo para manter seu capital simbólico.

O procedimento destacado por Filho e Martino diz respeito à autocrítica feita pelos jornalistas como elemento de preservação do campo. “A crítica dos jornalistas ao jornalismo apresenta-se como parte de uma estrutura de campo – no caso, um mecanismo de legitimação dos procedimentos práticos pela crítica do próprio procedimento” (FILHO *et* MARTINO, 2003. p. 113).

Dessa forma, o campo procura se aproximar da população não como uma instituição, ou uma empresa interessada em ganhar lucros. Ele se apresenta como o



próprio cidadão, seus dilemas éticos não passam pelas questões do campo, mas são os mesmos da esfera-civil. Segundo as estruturas do campo não há dilema ético para o jornalista que não seja o do cidadão. Portanto, quando um jornalista fala, a impressão que se tem que é a voz do povo que fala, que é a expressão da opinião pública.

A estrutura de regras no campo jornalístico apresenta um curioso mecanismo de negação constante como modo de preservação da imagem além e do mal da profissão. Dessa maneira, mesmo quando há o reconhecimento tácito das características subjetivas do repórter, elas são de algum modo deslocadas em nome do bom jornalismo. Não há conflitos para o jornalista que não existam também para o cidadão. Visto dessa maneira, o jornalista não teria conflitos inerentes à profissão, mas estaria o tempo todo submetido aos mesmos dilemas éticos de qualquer pessoa. (FILHO *et* MARTINO, 2003. p. 116)

Com isso, a palavra do jornalista ganha legitimidade e sua credibilidade perante o público aumenta. Isso garante, por exemplo, que notícias veiculadas sobre determinado feito do governo tenham maior credibilidade do que uma propaganda governamental que tenha as mesmas informações.

Tanto o campo da política quanto o campo da comunicação (especificamente o do jornalismo) estão em busca de um capital simbólico que está nas mãos dos cidadãos. A entrada do político na esfera de visibilidade pública hoje é fundamental para sua eleição, porém essa é uma esfera dominada por agentes que possuem seus objetivos próprios e estruturas específicas de determinação daquilo que pode ou não ser. Como entrar na esfera da comunicação? Qual é a gramática que domina esses meios? E, por fim, como se produz o escândalo político midiático?

4- As Relações entre Política e Mídia

A mídia, e aqui não se faz distinção entre jornalismo e outras formas de comunicação, é regida pela lógica do entretenimento. No jornalismo, essa lógica entra no processo de seleção dos conteúdos que têm possibilidade de serem transformados em notícias, associada às estruturas de legitimação da prática do campo. Para Wilson Gomes,

o principal critério de decisão sobre o que é e o que não é notícia continua sendo a capacidade que uma informação teria, segundo os critérios empregados pelos ambientes profissionais, de despertar interesse do público. Noticiável é, antes de tudo, o interessante. Isso significa que, em primeiro lugar, terão potencialidade para se transformar em notícia os acontecimentos extraordinários ou os que envolvem pessoas, coisas e relações excepcionais. (GOMES, 2004. p. 314)



Esses fatos, associados à busca incessante pela novidade, à possibilidade de tornar o evento um drama e à capacidade de personalizar (ou seja, à tendência de se buscar personagens que ilustrem os temas), são os fatores primordiais para a determinação daquilo que é passível ou não de ser noticiado. Além disso, a construção das notícias é feita de forma que o leitor possa consumi-las rapidamente.

Com isso, a esfera da política para entrar no campo da visibilidade precisa adaptar seus discursos à lógica dos meios. Para estar visível é preciso estar na mídia, e para estar na mídia é preciso construir a novidade, é preciso cultivar uma boa relação com os jornalistas, e, acima de tudo, é necessário adaptar os conteúdos políticos ao esquema do entretenimento. Isso gera sinergia dos conteúdos políticos com a lógica do entretenimento.

Além de se pensar na lógica produtiva, deve-se pensar em como estão se dando as relações políticas na atualidade. Desde a segunda metade do século XX, há grandes modificações no campo político. A ideologia perde espaço para a política de confiança (THOMPSON, 2000, p. 147). Há também uma crescente personalização da política: não mais idéias, e sim pessoas – e a confiança que se deposita nelas. Isso é reforçado pelo esquema de entrada nos meios de comunicação como arena preferencial da política.

As pessoas passam a se preocupar mais com o caráter dos indivíduos que são (ou poderão vir a ser) seus líderes e com sua confiabilidade, porque cada vez mais esse se torna o principal meio de garantir que as promessas políticas serão cumpridas e que decisões difíceis, diante da complexidade e incerteza, serão tomadas com base em um julgamento sensato. A política da confiança se torna mais e mais importante, não porque os políticos sejam inerentemente menos confiáveis hoje do que foram no passado, mas porque as condições sociais que garantiam anteriormente sua credibilidade estão desgastadas. (...)Parte da razão por que o escândalo político passou a ser tão importante nos dias de hoje é que ele se transformou em um tipo de *teste de credibilidade* para a política de confiança. (THOMPSON, 2000. p. 147)

Passado por esses pontos, fica patente que o campo político tem duas alternativas: a primeira é adaptar seus conteúdos à lógica das mídias, ou produzir os chamados *pseudo-eventos* (GOMES, 2004, p. 331) para atrair a atenção dos jornalistas e forçar sua entrada. A outra é deixar que o campo da comunicação domine completamente aquilo que vai para suas páginas e telas. Os conflitos entre ambos os campos, portanto, são complexos.

Diante disso, como se produz então o escândalo político midiático? Pela própria lógica dos meios e dentro das abordagens marcadas pela personalização, dramatização e

novidade: os conteúdos políticos são esquadrihados de uma forma padrão, segundo essas influências.

Apesar de o discurso jornalístico se ancorar na chamada objetividade e na busca pela verdade, ele é também atravessado pelo discurso do iluminador (aquele que investiga e que alimenta uma hostilidade pelos “donos do poder”) e pelas exigências produtivas do campo, que fazem com que o escândalo se torne um elemento praticamente endêmico no jornalismo político. Como afirma Thompson,

A maioria dos escândalos políticos, nas sociedades democráticas liberais de hoje, são escândalos políticos midiáticos: eles surgem no âmbito onde o campo e o subcampo político se sobrepõe com o da mídia. Mesmo se um escândalo surja primeiramente como um escândalo político localizado, inicialmente restrito a interações dentro do subcampo político, é muito difícil restringí-lo ao nível local: é provável que seja descoberto pela mídia e transformado em escândalo que se descobre no campo político mais amplo. (THOMPSON, 2000. p. 137)

De uma forma geral, pudemos perceber que o contexto atual tanto da produção de conteúdo jornalístico, quanto o discurso de seus agentes associado a uma perda de credibilidade da política partidária-ideológica, torna o aparecimento do escândalo político-midiático não mais um corpo estranho ao campo, mas um conteúdo que tende sempre a aparecer cada vez mais.

4– Considerações Finais

Tentou-se até aqui evidenciar a relação entre escândalo político, suas condições sociais de aparecimento, e o campo do jornalismo. Buscou-se mostrar que existe uma relação entre o campo político e o midiático que é capaz de produzir o escândalo político. Não se teve a pretensão de afirmar que houve, em algum momento do passado, uma política pura, que hoje é contaminada pelo aparecimento dos escândalos; nem tampouco se partiu do pressuposto de que a cobertura dos meios esvazia o debate político, que teria sido pleno outrora.

Mas a não idealização do passado não significa um elogio ao presente. É patente que debate político na imprensa poderia ser mais aprofundado e que é importante se pensar a questão por meio de uma lógica contra-hegemônica, que modifique a atual cobertura feita pelos meios massivos.

Como afirma Thompson, a “ocorrência do escândalo político, nos dias de hoje, não é um acontecimento isolado e que as maneiras como um escândalo político surge e



se desenvolve (...) são condicionadas pelo conjunto específico de convenções e expectativas que definem essa forma cultural (a nossa cultura política)” (THOMPSON, 2000. p. 152)

O escândalo é parte de uma política que opera profundamente associada à mídia - é por meio dele que o próprio discurso jornalístico busca se autolegitimar ao tentar investigá-lo e divulgá-lo. Isso evidencia que, por trás das relações simbióticas, há também uma disputa entre os campos da política e do jornalismo para saber quem é o representante do povo. Trata-se de uma disputa semântica, de uma disputa no terreno simbólico: enfim, de uma disputa de poder, entendido como algo que se dá em exercício, dentro da perspectiva de Foucault (2008).

A partir dessas perspectivas, os desdobramentos da presente pesquisa apontam para, com base na Análise de Discurso francesa, identificar como se produz o escândalo discursivamente e a partir de quais posições os jornalistas falam e quais as formações discursivas afetam seus discursos. Com isso, em trabalhos futuros, pretende-se ver como se dá o embate ideológico entre política e mídia, por meio de avaliações empíricas de publicações.

5 – Bibliografia

CAVALCANTI, Jauranice Rodrigues. *No “mundo dos jornalistas”:* *interdiscursividade, identidade, ethos e gêneros.* Tese de doutorado apresentada no Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas. Unicamp. Campinas, SP, 2006.

FILHO, Clóvis de Barros *et* MARTINO, Luís Mauro Sá. *O habitus na comunicação.* Editora Paulus. São Paulo, 2003.

GOMES, Wilson. *Transformações da Política na era da comunicação de massa.* Editora Paulus. São Paulo, 2004.

THOMPSON, John B. *O Escândalo Político: Poder e Visibilidade na era da Mídia.* Editora Vozes. Petrópolis, RJ, 2000.