

# POLÍTICA, MÍDIA E SUBJETIVIDADE: IMPACTOS NO VOTO DO CIDADÃO JUIZ-FORANO<sup>1</sup>

LAIER BARROSO, Elaine Aparecida<sup>2</sup> & PEREIRA, Camila Rodrigues<sup>3</sup>

XXIII SEMANA DE TENDÊNCIAS

DE 06 A 08 DE MAIO DE 2013

<sup>1</sup>PESQUISA DESENVOLVIDA PELO ESPAÇO DE PESQUISA EM NOVAS TECNOLOGIAS E HIPERMÍDIA DO CURSO DE PSICOLOGIA - EEPENTEPSI  
<sup>2</sup>PROFESSORA DO CURSO DE PSICOLOGIA, ADMINISTRAÇÃO E EVENTOS; COORDENADORA DO EEPENTEPSI  
<sup>3</sup>ALUNA DO CURSO DE PSICOLOGIA/ EEPENTEPSI

## INTRODUÇÃO

No presente trabalho buscou-se analisar as relações estabelecidas entre os meios de comunicação, especificamente a televisão, e a vivência política do sujeito-eleitor contemporâneo. Essas relações começam a ser aferidas, ainda nesta primeira etapa de nossa pesquisa, aqui apresentada.

Neste pôster estão sendo expostos os resultados iniciais da referida pesquisa, os quais se são relacionados às eleições municipais da cidade de Juiz de Fora, para os cargos de prefeito e vereadores do ano de 2012. É preciso destacar ainda que não nos ativemos aos resultados finais destas eleições e sim, à forma de escolha dos candidatos pelos cidadãos juiz-foranos.

Sobre a problemática do impacto da Mídia sobre o sujeito, fez-se uso, dentro das metodologias em Ciências Sociais, da análise qualitativa dos dados, seguida de discussões acerca da bibliografia inerente ao tema. À essa metodologia foram atreladas a técnica de aplicação de questionários aos eleitores durante os dois turnos das eleições.

Em suma, foi objeto deste estudo a preocupação se o eleitor pode ser sujeito apenas de suas escolhas ou se o mesmo sofre a influência e determina suas atitudes pelos meios de comunicação. Ainda, se as escolhas políticas do sujeito estão enraizadas na cultura e são reproduzidas através da Mídia ou se são favorecidas mediante as mudanças conjunturais nas decisões a partir dos Meios de Comunicação.

## METODOLOGIA

As pesquisas em Psicologia têm como pano de fundo metodológico as Ciências Sociais e Humanas. Neste rico universo de possibilidades de métodos e de técnicas, optou-se pelas discussões bibliográficas como método balizador da problematização desta pesquisa e conseqüente formulação de hipótese, bem como para a análise dos dados coletados em campo. Como técnica, redigiu-se um amplo questionário que fora aplicado aos munícipes antes e durante a votação nos dois turnos das eleições municipais em Juiz de Fora no fim de 2012. Tal técnica visou saber se os juiz-foranos escolheram seus candidatos e obtiveram informação acerca deles através dos meios de comunicação, preferencialmente a TV. Neste sentido, as questões foram agrupadas por assunto, direcionando estas mesmas questões à averiguação das hipóteses aqui elaboradas.

Logo, o agrupamento um (01) consistiu em perfilar o entrevistado quanto a idade, gênero e residência na cidade. O agrupamento de questões dois (02) buscou saber se o eleitor, não tendo votado em branco ou anulado o seu voto, teria votado em candidatos escolhidos através da Mídia, especificamente da televisão. Ainda, se o eleitor teria obtido informações gerais sobre estes candidatos por este mesmo meio. O agrupamento de questões número três (03), maior em termos numéricos, visa desvendar que tipo de relação o eleitor tem com a política, como ele entende os fatos relacionados à política e às eleições, e se tais impressões teriam sido formadas pela tv. O agrupamento de número quarto (04) é sobre a permanência de valores e preconceitos já presentes na sociedade e o impacto destes sobre o votante na escolha dos seus candidatos. Fatores como Religião, pré-conceitos, "valores de família" e *Habitus* podem ter encontrado respaldo na programação televisiva para engendrar o voto dos entrevistados. Com o agrupamento de questões número cinco (05) propôs-se avaliar se os votantes entrevistados sabiam de informações mais precisas e técnicas sobre os candidatos, tais como: o plano de gestão que ele empreenderia durante a vigência de seu mandato, projetos de lei que possuía ou que pretendia elaborar, intenções de intervenção no tecido social, se os candidatos escolhidos tinham ficha limpa, se era conhecida a vertente política do partido e se este tinha alguma relação com o mensalão. E, por fim, no agrupamento de número seis (06) visou-se entender se há uma virtualização do voto de cabresto ou algo que o valha, como, por exemplo, se o candidato escolhido o foi porque prometeu benefícios a um membro ou mais da família do votante ou pressionou este eleitor de alguma maneira para dele receber seu voto.

## RESULTADOS ALCANÇADOS

Cerca de 60% dos votantes indicaram que todas as informações coletadas, relacionadas na metodologia, culminaram na escolha dos seus candidatos; ainda, foram recebidas pela televisão ou foram concluídas a partir de sua programação política durante o período eleitoral.

Foi aferido também que essas escolhas são feitas não apenas através da televisão, mas também através das redes sociais, algo que não tínhamos previsto em grande escala. Já que este dado não foi contemplado nesta fração do trabalho, mas, foi uma opção para o questionado, concluiu-se que esta deverá ser incluída nas próximas etapas desta pesquisa, inclusive, como fomento de nossa hipótese.

## CONCLUSÃO

Foi possível inferir que os meios de comunicação, em todo o seu aparato intelectual e tecnológico, são indispensáveis à convivência social contemporânea. Pois, os mesmos permitem à sociedade atual a manter-se informada sobre as notícias no contexto global, sobretudo, quando se trata de economia ou de política. Sendo nesta última, como objeto deste estudo, possível compreender como a televisão pode ser uma aliada ao transmitir informações a respeito da conjuntura política e sua trama com a economia no mundo e no nosso país.

Pode-se ainda, obter informações de um momento político específico e dos candidatos escolhidos para as eleições em âmbito nacional e regional. Este é o caso da análise utilizada aqui, para as eleições municipais da cidade de Juiz de Fora em 2012. Nessa pesquisa, que teve como foco a televisão, ficou evidente através da metodologia utilizada que mais da metade dos entrevistados tem como principal fonte de informação sobre seus candidatos, antes e durante as eleições, a televisão; o que endossa nossa hipótese. Além disso, a televisão, tendo uma forma específica de apresentar estas informações e, atendendo a interesses que não são conhecidos da maioria da população, muitas vezes, pode utilizar de seu discurso midiático sensacionalista favorecendo determinados elementos da cultura brasileira e regional: como o autoritarismo social, preconceitos e o voto de cabresto, por exemplo. Parece ainda, estimular a falta de crítica do telespectador, pois, a TV atendendo a esses múltiplos interesses pode visar transformar o público em massa inculta, infantilizada, desinformada e passiva perante ao conteúdo exibido. Há uma "indústria cultural e política" que cria uma certa imagem de políticos nos meios de comunicação e os vendem como produtos aos eleitores. Esta questão, somada aos elementos culturais já mencionados, pode induzir à permanência de uma conjuntura política desfavorável à sociedade ou à uma mudança inexpressiva dela, sedimentando elementos ruins como a corrupção e a não execução de obras e projetos que melhorariam a qualidade de vida dos munícipes e que poderiam ser inovados e melhorados com uma postura crítica e bem formada por parte do votante. Neste contexto, a televisão pode estar sendo mal utilizada e estar contribuindo para a entrada ou permanência de governantes inadequados ao cargos dentro desta proposta.

Por fim, mediante ao quadro acima, como uma das considerações deste estudo, até o momento, reforça-se a necessidade de mais pesquisas e divulgação destas, com a finalidade de promover uma análise minuciosa a respeito do impacto da televisão para que não haja esse engessamento do sujeito-eleitor no ato do voto e na construção de uma sociedade mais justa.

## REFERÊNCIAS

- BIRMAN, Joel (2000). *Mal-Estar na Atualidade: a Psicanálise e Novas Formas de Subjetivação*. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- CHAUÍ, Marilena. *Convite à Filosofia*. São Paulo: Ática, 1994.
- COSTA, Maria Cristina Castilho. *Sociologia – Introdução à Ciência da Sociedade*. 2 ed. São Paulo: - Moderna 2000. 307 p.
- DA MATTÁ, Roberto. *O que é o Brasil, Brasil?* Rocco. RJ / 1986
- DELEUZE, Gilles. (1990) *Post-scripium sobre as sociedades de controle*. In: DELEUZE, Conversações. São Paulo. São paulo: Editora 34.
- FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. Ed. Petrópolis. RJ: Vozes. 2010
- FREUD, Sigmund. *O mal-estar na civilização*. Rio de Janeiro, Imago, Edições Standard, Tomo XXI, 1969.
- MARCONI, Marina de Andrade. *Antropologia: Uma introdução*. 5ª edição. Editora Atlas, São Paulo.
- SALGADO, Gilberto. (2006) *Fabulação e Fantasia*. Juiz de Fora. Editora da UFJF.
- SORJ, Bernardo. (2003). [brasil@povo.com](mailto:brasil@povo.com) - A Luta contra a desigualdade na sociedade da informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- THOMPSON, John B. *A Mídia e a Modernidade: Uma Teoria Social da Mídia*. Petrópolis: Vozes, 1999