



## ESPIRAL ABAIXO: A (NÃO) INFLUÊNCIA DA MÍDIA BRASILEIRA NOS RESULTADOS DAS ELEIÇÕES

LINCK, Ieda Márcia Donati<sup>1</sup>; SANTOS, Vitor Galvão dos<sup>2</sup>.

**Resumo:** O trabalho *Espiral Abaixo: a (não) influência da mídia brasileira nos resultados das eleições* vem da curiosidade de comparar as conspirações da internet sobre a influência da mídia sobre as pessoas com a realidade e a literatura sobre o assunto, aproveitando a oportunidade do processo de leitura desenvolvido na disciplina de Língua Portuguesa II do curso de Jornalismo Unicruz. Na internet é recorrente ler sobre a manipulação da mídia de massa sobre as pessoas para o consumo, para o comportamento e, em tempos de eleição, para o voto. As noções de Espiral do Silêncio e de Agenda Setting nos dariam uma base teórica, mas nos diriam apenas que a mídia *pode* influenciar, mas não que o faz. A televisão, sendo o meio de informação mais difundido no Brasil seria o meio principal para executar essa manipulação. No noticiário, pesquisas de opinião são veiculadas mostrando sempre dois ou três candidatos no pedestal da preferência das pessoas. No Horário Eleitoral Gratuito, os mesmos candidatos mostram essas pesquisas como comprovação de sua qualidade para governar. Funcionando ou não, os candidatos apostam na Espiral. Em eleições passadas, houve uma tentativa de beneficiar o candidato à reeleição, Fernando Henrique Cardoso, no Jornal Nacional, eufemizando problemas, como a seca no Nordeste, rebatendo críticas que os concorrentes faziam no Horário Eleitoral ou em entrevistas, e fazendo um enquadramento favorável a Cardoso de questões como denúncias de corrupção (MIGUEL, 1999). Segundo pesquisadores, o Jornal Nacional é o mais influente telejornal do Brasil, e foi analisado de diferentes formas no período considerado *quente* da cobertura, do fim da Copa do Mundo até o dia anterior a eleição. Pelo nosso recorte, cuja sustentação teórica já foi referida, percebemos que a cobertura da Globo trouxe um clima de otimismo à população, não mostrou fatos importantes para que o povo brasileiro fizesse suas decisões políticas e pintou Fernando Henrique de herói, que não deixaria a crise internacional afetar o país. Isso reduziu a força da oposição, que não pode se expressar e mostrar suas intenções para o povo e favoreceu para Cardoso, que venceu a eleição. Já, nas eleições de 2014 para governador do RS, o candidato José Ivo Sartori, que era apontado nas pesquisas como 3º lugar, ficou em primeiro lugar, e teve quase o dobro de votos que Ana Amélia Lemos, a favorita das pesquisas que ficou em terceiro lugar. Vemos que é difícil definir a relação de influência sem cairmos em generalizações e *post hoc ergo propter hoc*, e comprovar que realmente houve manipulação talvez seja impossível. Mas buscamos, com esse trabalho, incentivar a reflexão e pesquisa sobre o assunto. A mídia, antes de tudo, tem um dever com a sociedade. Ela deve ser um porta-voz dos interesses do povo, e, com seu alcance, promover e facilitar o debate democrático, sendo um espaço de comunicação plural e inclusivo. Para tanto, o Jornalismo deve ser independente, objetivo e apertadário, no mínimo.

**Palavras-Chave:** Jornalismo. Eleições. Democracia. Manipulação.

<sup>1</sup> Docente da Unicruz. Doutoranda em Linguística/UFMS. Mestre em Educação/Uninorte. Mestre em Linguística/UPF. Membro do JPJUR e GEL – Unicruz. Bolsista Capes/Parfor - Unicruz. Coordenadora do Proies. E-mail: imdlinck@gmail.com

<sup>2</sup> Acadêmico do Segundo Semestre de Jornalismo da Unicruz. Bolsista PIBIC/Unicruz. E-mail: [vtorfgalvao@gmail.com](mailto:vtorfgalvao@gmail.com)