



POLÍTICA E PODER INVISÍVEL: A IMPORTÂNCIA DA MÍDIA NAS PROPAGANDAS ELEITORAIS¹

Amanda Dias Vieira²

Candisse Schirmer³

RESUMO

Neste breve ensaio objetiva-se demonstrar a importância da mídia, poder invisível, o qual é intitulado dessa maneira por atuar de forma incisiva na sociedade, trazendo inquietações ao telespectador sobre fatos locais, regionais e nacionais. A mídia, em geral, e a televisão, em particular, passam a influenciar nas decisões de cada um, tornando-se instrumento propagador de notícias, entretenimento e informações. Ainda, possuem papel transformador, uma vez que os cidadãos formam seu juízo de valor a partir do que é transmitido no meio televisivo. Insta constar que devido ao atual cenário político brasileiro, que se encontra, neste momento, em tempo de eleições, cabe uma reflexão acerca das campanhas eleitorais. Há que romper com um paradigma estigmatizado, qual seja, deter-se muito mais nas características pessoais dos candidatos do que nas ideologias do partido em que são filiados e nas propostas do mesmo. Somado a isso, em pleno Século XXI, época em que não há que se falar em política sem mídia, esta não mais existindo sem aquela, haja vista que as propagandas eleitorais são majoritariamente demonstradas no meio televisivo, cuja visibilidade é maior pela população brasileira, que possui 97% TVs por domicílio, segundo dados do PNAD (Plano Nacional de Desenvolvimento). O

¹ O presente resumo foi elaborado única e exclusivamente com o objetivo de participação na 11ª Semana Acadêmica FADISMA EntreMentes e 3º Congresso Internacional de Direito, com apoio da Faculdade de Direito de Santa Maria – FADISMA, vinculado à Linha de Pesquisa Constitucionalismo, Concretização de Direitos e Cidadania.

² Autora. Acadêmica do 8º semestre da Faculdade de Direito de Santa Maria – FADISMA. Membro do Núcleo de Estudos em Webcidadania – NEW – da Faculdade de Direito de Santa Maria – FADISMA. Membro do Projeto de Extensão Direito (no) Público da Faculdade de Direito de Santa Maria – FADISMA. E-mail: amandadiasvieira@live.com.

³ Orientadora. Professora da FADISMA nas áreas de Teoria Geral do Estado e Direito Constitucional. Vice-Coordenadora da Graduação do Curso de Direito da FADISMA. Coordenadora do Núcleo de Estudos de Direito Internacional da FADISMA. Colaboradora do Núcleo Experimental de Webcidadania da FADISMA. Membro do Projeto de Extensão Direito (no) Público da Faculdade de Direito de Santa Maria – FADISMA. Mestre em Direito pela Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, área de concentração em Demandas Sociais e Políticas Públicas. Linha de pesquisa: Políticas Públicas de Inclusão Social. Especialista em Direito Tributário e em Direito do Estado pela REDE LFG. Integrante do grupo de pesquisa “Direito, Cidadania e Políticas Públicas”, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Direito - Mestrado e Doutorado da UNISC, coordenado pela Pós-Dra. Marli Marlene Moraes da Costa. E-mail: candisse@fadisma.com.br.



presente trabalho coaduna-se a uma das linhas de pesquisa da Faculdade de Direito de Santa Maria – FADISMA, qual seja “Constitucionalismo, Concretização de Direitos e Cidadania”, pois se reflete nos âmbitos social, político e jurídico. A pesquisa é classificada como bibliográfica, possuindo como método de abordagem o dedutivo.

Palavras-chave: Campanha Eleitoral. Mídia. Poder Invisível.

REFERÊNCIAS

LIMA, Venício A. de. *Sete teses sobre mídia e política no Brasil*. In: Revista USP, São Paulo, n. 61, 2004.

MORAES, Alexandre de. *Direito Constitucional*. 27.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MORAES, Dênis de. *Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação*. São Paulo: Boitempo, 2013.