



UNIVERSIDADE PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS - UNIPAC
FACULDADE DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS DE BARBACENA-FADI
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

JOSÉ MARCIO DE PAULA

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA EM NOSSA VIDA E NA ESCOLHA DE NOSSOS
REPRESENTANTES**

BARBACENA

2015

A INFLUÊNCIA DA MÍDIA EM NOSSA VIDA E NA ESCOLHA DE NOSSOS REPRESENTANTES

José Marcio de Paula*

Paulo Afonso de Oliveira Júnior**

Resumo

O objetivo desse trabalho é refletir a importância e a influência da mídia em nossas vidas e seu poder de persuasão tanto no nosso modo de viver como na hora de escolher os candidatos. A internet facilita o nosso dia-a-dia e podemos fazer compras sem sair de casa além de nos manter informados por meio de um celular, tablet ou pela TV. A mídia usa de recursos visuais atrativos através das novelas e propagandas para seduzir e induzir a pessoa a adquirir um bem material ou seguir um padrão estabelecido. Sua função é a de informar e pode-se observar isso em relação ao tema corrupção que está sendo noticiado o tempo todo pelos meios de comunicação de massa. Com isso o nome e a vida particular dos candidatos corruptos estão sendo expostos por ela. Nessa perspectiva é preciso entender que se não fosse a influência da mídia não estaríamos a par de tudo isso. O que cabe a nós é não aceitar tudo que é noticiado por ela como verdade única a aprender a questionar e pesquisar para depois tomar nossa decisão seja a respeito de uma propaganda, seja sobre a escolha de um candidato, ou sobre o nosso modo de viver em sociedade.

Palavras - chave: Mídia. Influência – Corrupção.

* Acadêmico do 10º período do Curso de Direito da Universidade Presidente Antônio Carlos – UNIPAC Barbacena – MG . Estagiário na área de direito civil.– E-mail josemarcio.advog@gmail.com

**Professor Orientador.

1. Introdução

O tema em estudo é muito importante no contexto da atualidade, porque aborda a importância e o impacto da mídia em nosso cotidiano. Ela tem uma influência enorme na vida das pessoas, seja através de propagandas ou das novelas, pois ela acaba ditando a moda a ser seguida e também o bem de consumo a ser adquirido.

Até mesmo na hora de escolher os candidatos a mídia se faz presente. Para isso, ela usa os meios de comunicação que estão cada vez mais sofisticados, obtendo informações atuais sobre tudo que está acontecendo nas campanhas políticas através do horário político e dos debates.

Nos dias atuais ela está abordando um tema de interesse público que a corrupção no meio político e com isso está expondo a vida dos candidatos e nos deixando a par de todos os acontecimentos.

Sendo assim é preciso refletir sobre a sua influência em nossa decisão de compra e de escolha de um candidato visto que a mídia faz com que as notícias cheguem em nossas casas com o intuito de mudar opiniões e também de nos informar.

Diante do exposto, o trabalho é encerrado com as considerações finais, que através das pesquisas realizadas em livros e na Internet pude observar que dependemos muito da mídia. Cabe ressaltar que devemos sempre estar atentos ao que ela expõe e decidir o que é certo e errado e não aceitar tudo que é noticiado como verdade única a ser seguida. Por isso, o estudo em questão, não se encerra com esse trabalho devido a sua abrangência e importância para todos nós.

2. A intervenção da mídia em nossa vida

Vivemos na era da informática e os celulares, televisões, tabletes estão cada vez mais sofisticados, as notícias são acessíveis à maioria das pessoas e ficamos sabendo o que acontece no mundo todo em tempo real, basta acessar a internet ou assistir TV.

Através da internet podemos fazer compras, ler livros, revistas, fazer pesquisas sobre assuntos variados, ter acesso a serviços de banco, encontrar e comunicar através de mensagens com amigos distantes. Por intermédio da internet temos acesso às redes sociais sendo ela a maior revolução comportamental na história da humanidade.

A mídia fascina todos nós com suas propagandas maravilhosas e faz com que as pessoas sonhem, pois ela dita a moda, o corte de cabelo, o carro do ano a casa dos sonhos, o melhor produto de beleza assim como o corpo mais bonito e perfeito.

É o que explica (LIMA, 2009, p.2):

Quando ouvimos falar que a mídia representa "o Quarto Poder" em uma nação, é preciso avaliar como isso é verdade e o quanto estamos sujeitos a ela e a todas as suas variáveis. A mídia influencia as pessoas no modo de agir, de pensar e até no modo de se vestir. Ela cria as demandas, orienta os costumes e hábitos da sociedade, além de definir estilos, bordões e discussões sociais. A mídia dita as regras, as tendências, os padrões de beleza, os ídolos a serem adorados e seguidos, impondo padrões de beleza cada vez mais inatingíveis, impulsionando homens e mulheres em busca daquele corpinho que só o photoshop sabe produzir.

Um exemplo disso em nossas vidas são as novelas que ditam as modas e acabam gerando frustração nas pessoas, por não conseguirem adaptar o padrão de vida das novelas em sua vida real. Lima (2009) ressalta que os brasileiros gostam muito de assistir novelas onde heróis ficcionais ou não são criados com intuito de nos agradar e cada novela que inicia faz com que a sociedade também se adapte as novas regras.

Para (SILVA, 2015, p.1-2) isso acontece, pois:

Nesse processo de manipulação pode ser evidenciada, principalmente nos dias atuais, a mídia. Ela surge como um novo fenômeno que invade a todos, que arquiteta, numa sociedade mídia, uma cultura midiática. A cultura da mídia vigente na sociedade se aspira dominante, estabelecendo formas e normas sociais, fazendo um grande número de pessoas enxergarem o mundo por suas lentes, seus vieses. Utilizada como instrumento de manipulação a serviço de interesses particulares, reordena percepções, faz brotar novos modos de subjetividade, o que traz vantagens e/ou desvantagens, tanto no

aspecto individual como no aspecto social. A mídia, com todas as suas ferramentas, hoje detêm o poder de fazer crer e ver, gerando mudanças de atitudes e comportamentos, substituindo valores, modificando e influenciando contextos sociais, grupos, constituindo os arquétipos do imaginário, criando novos sentidos simbólicos como árbitros de valores e verdades.

Isso acontece, pois as pessoas copiam e seguem os padrões estabelecidos e isto causa grande desconforto e ansiedade quando a pessoa imagina que deve ter o corpo igual a da personagem tal, ou que somente será feliz se tiver o carro ou o celular igual ao anunciado ou algum objeto que a mídia lança tanto via internet como na TV. Cabe a nós, entendermos que a sociedade é composta por normas e regras e isso faz gerar conflito entre as pessoas. Os Parâmetros curriculares nacionais (PCNs,1997, p.43) esclarecem sobre elas:

Normas e regras, por sua vez, são aqui entendidas como dispositivos que orientam padrões de conduta a serem definidos e compartilhados pelos membros de um grupo. Os valores orientam as ações e possibilitam fazer juízo crítico sobre o que se toma como objeto de análise. Vale lembrar que existem diferenças e até conflitos entre sistemas de normas na sociedade, que respondem de maneiras diversas às diferentes visões e interpretações do mundo.

O ser humano, por natureza, está sempre em busca de algo diferente e estimulante e por este motivo a mídia com seu poder de manipulação torna-se o manual a ser seguido.

Para (SILVA, 2015, p.2):

O poder de manipulação da mídia pode atuar como uma espécie de controle social, que contribui para o processo de massificação da sociedade, resultando num contingente de pessoas que caminham sem opinião própria. Subliminarmente, através da televisão, das novelas, jornais e internet, é transmitido um discurso ideológico, criando modelos a serem seguidos e homogeneizando estilos de vida. Diante disso surgem questões a se pensar: onde está o sujeito e sua subjetividade?

De acordo com (LIMA, 2009, p.1-2)

Assistir televisão, navegar na Internet, falar ao celular são coisas do cotidiano da maioria da população mundial. Somos todos os dias bombardeados por diversas mídias que, em comum, têm o objetivo de nos vender alguma coisa: uma ideia, um produto, um sonho, etc. E essa tecnologia influencia o tempo todo a sociedade e em consequência, a educação, tanto informal quanto formal. Podemos afirmar que a vida e a interação humana são mediadas e controladas pelos meios de comunicação. E é neste ambiente de interação com o mundo e significação que desde pequena a criança é colocada à frente

da televisão e esta então se apresenta como parte integrante da família por ser uma boa “babá eletrônica”. Como negar a influência da TV, presente na quase totalidade dos domicílios brasileiros, sobre as formações das identidades sociais ?

Até mesmo a criança vai entrando em contato com as novidades do mercado com relação a brinquedos, roupas e começa então a reivindicar dos pais o produto que está sendo anunciado na TV ou internet, pois os anúncios são chamativos e induzem a criança a desejá-los. Os pais por sua vez não conseguem negar ao filho o tão sonhado objeto de desejo. Pode-se dizer que a influência da mídia então se inicia desde a infância através de um anúncio inocente que leva a persuasão da criança. Os pais devem ter consciência de que devem ser coerentes em relação aos seus valores e passá-los aos seus filhos.

Com relação aos valores e atitudes os (PCNs, 1997, p.45) afirmam que:

Pensar sobre atitudes, valores e normas leva imediatamente questão de comportamento. As atitudes, alvo da atenção educativa, são disposições pessoais que tendem a se expressar por meio de comportamentos. Entretanto, há que se considerar que inúmeros fatores interferem nessa expressão e um comportamento, em si, não reflete necessariamente a atitude de alguém. Tem-se por vezes, no cotidiano, comportamentos incoerentes, contraditórios, distanciados das atitudes e valores que se acredita corretos.

Independente da interferência da mídia os pais muitas vezes acabam tendo com seus filhos atitudes que são incoerentes com seus valores, pois não querem desagradar os mesmos e com isso cedem aos seus apelos. (SILVA, 2015, p.4-5) afirma que:

Todos estão sujeitos ao consumo desnecessário motivado pela publicidade. Para a maioria das pessoas a emoção é que mobiliza, confirmando a origem emocional de toda decisão, de todo querer. Entende-se que utilizando-se de manobras estratégicas endereça-se às emoções humanas os mais variados apelos de vendas. Perante isso, poderíamos interrogar: Qual seria a afinidade da cultura de consumo com a produção de subjetividades nos dias atuais? Os modos de subjetivação hoje existentes partem da equação “*SER=TER*”, decorrentes de uma sociedade que legitima o valor dos bens, da materialidade. Dentro desse novo contexto o homem, sob cerrado “ataque” da mídia e do consumismo, é transformado em cidadão consumidor; seduzido pelas novidades do mercado ele compra compulsivamente e almeja adquirir produtos socialmente cobiçados em busca de ser aceito no meio. A prática do consumo, associa-se à participação num mundo de prazeres, onde o sujeito se sente realizado ao adquirir o objeto almejado, o que produz uma sensação de liberdade e poder. Contudo, essa prática de consumo cria pessoas imediatistas e frustradas, já que, como diz Debord (1997, p.44) “ondas de entusiasmo por determinado produto, apoiado e lançado por todos os meios de comunicação, propagam-se com grande rapidez”; depois de consumir o objeto desejado, passado o momento de excitação fervorosa, o fetichismo da mercadoria some

e é preciso encontrar outra aspiração de consumo, pois aquela adquirida anteriormente perde o seu valor, assim que tomamos posse dele.

Aos poucos vamos aprendendo que os anúncios, as propagandas e a intervenção da mídia em nossas vidas não vão acabar. Cabe a nós termos noção do que realmente precisamos em nosso dia-a-dia para sermos felizes, pois, caso contrário, ficaremos a mercê do que a mídia oferece e estaremos sempre em busca de algo novo para preencher nossa vida.

3. A influência da mídia na política

Vivemos em um país onde a democracia e a liberdade de opinião estão insculpidas na legislação constitucional, e a mídia nos bombardeia o tempo todo com informações atualizadas sobre todos os assuntos como: campanhas de doação de sangue, vacinação, economia de água e principalmente os relacionados à política. De acordo com (LIMA, 2009, p.2) a mídia tem um poder muito grande para influenciar as pessoas tanto para o bem quanto para o mal:

Contudo, além de não podermos subestimar o poder da influência da mídia na vida das pessoas, também não podemos ignorar a importância deste caso seja utilizada de forma mais ética e consciente. Quero dizer que o poder que os veículos de comunicação têm para mobilizar as pessoas é muito grande e pode ser usado para o bem ou para o mal. Campanhas de doação de sangue, de vacinação, de incentivo à reciclagem, para economizar água, pela paz, para ajudar pessoas, e muitas outras, quando divulgadas e incentivadas pela mídia ganham proporções enormes e trazem resultados muito além do esperado.

Os meios de comunicação em massa devem contribuir para a valorização da diversidade cultural, a promoção dos direitos humanos, no combate a todo tipo de violência, no acesso à informação, entre outros. Esta deveria ser sua função primordial.

Quando a mídia faz campanhas relacionadas a doações pode-se observar o interesse das pessoas em ajudar devido ao comprometimento da emissora. Ela faz o mesmo trabalho quando se trata das eleições e assim podemos observar o poder de persuasão dela através das pesquisas eleitorais e também no horário político onde cada candidato tem um tempo nas emissoras para discutir suas propostas e com isso expor sua personalidade. A este respeito (NEGREIROS, 2002, p.4-5) esclarece:

Porém, nos últimos anos, a partir dos anos 70 principalmente, tem-se observado uma nítida modificação nas interpretações dos resultados eleitorais. Antes as preferências políticas podiam ser explicadas pelas características sociais, econômicas e culturais dos eleitores, neste momento a do governo do público, os resultados eleitorais tendem a variar significativamente de uma eleição para outra, ainda que se mantenham inalteradas as condições socioeconômicas e culturais dos eleitores. Nesta etapa, diz ele, observa-se o declínio dos partidos e dos programas partidários, pois se transferiu a posição de principal fórum de debates do partido e do Parlamento para os meios de comunicação 1(6) e, nesse processo, os candidatos passaram a cortejar o eleitor diretamente por meio dos meios de comunicação de massa, dispensando a mediação da rede de militantes do partido e estabelecendo uma nova relação entre políticos e eleitores por meio do uso intensivo de técnicas de comunicação que enfatizam a personalidade do candidato.

A pesquisa e o horário partidário eleitorais são feitos com o intuito de nos conscientizar e também de nos convencer de que um candidato está melhor nas pesquisas e que tem mais chances de ganhar uma eleição. Essas pesquisas são confiáveis e de um modo ou de outro acaba influenciando na escolha dos candidatos uma vez que não convivemos com eles e não os conhecemos bem.

Para (SILVA, 2015, p.5) isso acontece, pois:

Pelas proporções alarmantes que a mídia vem tomando, ela chega aos mais diversos grupos sociais, desde os mais enriquecidos aos mais empobrecidos, contudo com um viés unilateral, o que deixa a população passiva, inapta a refletir, questionar, ou criticar, as informações que recebem. Conforme Guareschi (2004) a mídia constitui um *novo personagem dentro de casa*, que está presente em nossas vidas e com quem nós estamos em intenso contato, muitas horas por dia. Esse personagem é infiltrado nos lares, com sua voz poderosa, apenas nos dá respostas, agrega valores e estabelece relações hierárquicas, atrai os receptores a valorizarem e adotarem seus dizeres e modos de ser, agindo no cotidiano da pessoas e na vida social. Por meio de tais práticas, a mídia, torna os seres humanos seus reféns, reconstruindo e modelando suas subjetividades.

Tal realidade desnuda a presença de uma série de questionamentos que nós, enquanto estudantes de psicologia necessitamos apresentar como foco de debate na discussão sobre psicologia, mídia e subjetividade:

Mesmo sabendo que vivemos num país democrático onde temos liberdade na hora de escolher um candidato, em uma eleição muitas pessoas acabam mudando seu voto em favor da pesquisa feita pela mídia. Para (NEGREIROS, 2002, p.4):

Outro aspecto que também influencia a estabilidade do comportamento dos eleitores é o fato de, nesse tipo de governo representativo, serem os partidos que organizam tanto a disputa eleitoral quanto os modos de expressão da opinião pública (manifestações de rua, petições, campanhas pelos jornais).

Todas essas formas de expressão são estruturadas ao longo das clivagens partidárias. Os vários órgãos de imprensa mantêm laços com um dos partidos políticos, gerando assim, uma imprensa politicamente orientada, o que faz com que as pessoas escolham a sua fonte de informação de acordo com as suas inclinações partidárias. Como consequência, os fatos ou assuntos são percebidos pela ótica do partido em que votam.

Isso acontece, pois eles não querem despende seu voto em um candidato que não vencerá as eleições, popularmente chamado por muitos de “perda do voto” ou ficam em dúvida sobre o que a mídia expõe em relação aos candidatos. Felizmente isso não acontece com todas as pessoas e apenas com as que ainda estão indecisas e não escolheram em quem votar

Para esclarecer sobre democracia e liberdade no nosso dia-a-dia vale a pena observar o que DORNELES (2015, p.2) expõe:

Atualmente, o modelo que melhor representa a organização política de uma sociedade é a democracia. É no âmbito dos ideais democráticos que se possibilita o exercício político da liberdade. Tanto a liberdade quanto a democracia são criações do homem durante o processo evolutivo, que representam pilares fundamentais de qualquer sociedade igualitária e justa.

A liberdade se manifesta de forma autônoma no indivíduo, com determinação, e não como uma faculdade resultada de mera opção de escolha externa a ele. A liberdade vai muito além daquilo que está positivado no nosso direito, pois ali somente estão os limites dessa liberdade, posto que a liberdade não pode ser simplesmente tipificada.

Devido ao seu longo alcance a mídia é um meio de comunicação muito importante em nosso cotidiano e ajuda a população a se questionar sobre o porquê de tal emissora dar mais ênfase na campanha de um candidato do que de outro. Isso nos faz concluir que essa predileção por um candidato ou partido em particular se deve a interesses econômicos e políticos de imprensa.

Conforme NEGREIROS (2002, p.2):

A contaminação da política pela comunicação não se esgota no deslocamento de poder ocasional pelo monopólio tendencial do ato de publicizar ou na criação de temas/atores/cenários. A questão da adequação da política às regras e à gramática da mídia, de imediato, coloca-se no centro da análise. Ao aceitar a premissa de incorporação da comunicação como componente e momento da política contemporânea, uma vez que a mídia monopoliza tendencialmente a enunciação pública, pode-se considerar que a política para incorporar a comunicação (midiática) deve resignar-se às regras e formatações derivadas da mídia, posto que isso não só facilita sua realização, como até se torna inevitável.

Refletindo sobre o papel da mídia (SILVA, 2015, P.2) ressalta:

Será que em prateleiras midiáticas estão sendo ofertados modos de ser, de pensar e agir? Interessante apontar, aqui, que por ser apresentada, muitas vezes, como uma maneira de comunicação de massa, preocupa-nos a utilização da mesma para a massificação, colocando os humanos no lugar do indivíduo, dificultando ou até mesmo, impossibilitando o reconhecimento do sujeito de direito e o assumir do exercício de cidadania, uma vez que a mesma incentiva e provoca atitudes reificadas.

Sabe-se da liberdade que a imprensa tem e cabe a mesma não omitir fatos sobre os candidatos aos eleitores, pois isto é uma grande falta de ética e de transparência por parte da mesma. Um meio de comunicação que respeita o cidadão certamente fará com que as pessoas fiquem sabendo sobre as reais intenções do candidato. Isso geralmente pode ser feito quando as emissoras elaboram perguntas para os candidatos responderem nos debates por exemplo. Eles dão uma idéia do que cada um pensa sobre as questões relacionadas à comunidade e o que pretendem fazer para solucionar os problemas que afligem e atormentam o nosso cotidiano.

Agindo dessa forma a mídia faz seu trabalho de forma clara e esclarecedora e respeita os telespectadores que são essenciais para que ela continue exercendo sua função que é a de nos informar sobre a verdadeira política e o verdadeiro candidato.

4. A mídia e a corrupção na política

Atualmente ao acessarmos um meio de comunicação podemos perceber que o tema corrupção política está sendo muito discutido e debatido pela mídia. Os candidatos estão tendo sua vida política exposta para todo mundo saber, o que nos faz pensar no quanto a mídia pode ser útil, pois se não fosse por ela como ficaríamos sabendo de tais acontecimentos? Então para melhor esclarecimento vamos nos ater ao significado das palavras “corrupto” e “corrupção”, com os ensinamentos de FERREIRA (2001, p.189) que diz:

Corrupção sf. 1-. Ato ou efeito de corromper; decomposição. 2- Devassidão, depravação. 3. Suborno peita (P)..-ções).

Corrupto - adj.1.que sofreu corrupção.2. devasso,depravado. 3.diz-se de um indivíduo que se deixa corromper ou subornar; instigador ou cúmplice de corrupção.sm. 4.Individuo corrupto(3).

Conforme (DINIZ, 2012, p.1), a palavra “corrupção” significa:

A palavra corrupção deriva do latim corruptus, que, numa primeira definição, significa “quebrado em pedaços” e em um segundo sentido, “apodrecido; pútrido”. Em uma definição ampla, corrupção política significa o uso ilegal – que pode ser por parte de governantes, funcionários públicos ou privados – do poder político e financeiro de órgãos ou setores governamentais com o objetivo de transferir renda pública ou privada de maneira criminosa para determinados indivíduos ou grupos de indivíduos ligados por quaisquer laços de interesse comum – negócios, localidade de moradia, etnia, entre outros.

Diante do exposto, podemos afirmar que muitos candidatos que estão nos governando na atualidade estão envolvidos em algum tipo de corrupção e não estão nem se importando com as pessoas que os elegeram. Eles estão demonstrando um descaso muito grande para com a sociedade a qual representam. Vamos observar o que autores pesquisados falam sobre a corrupção no Brasil na atualidade.

Para (JABOR, 2015, p.1), a corrupção é uma forma de gestão, sendo assim:

Esta crise vem do atraso brasileiro. Quem a provoca é a resistência daqueles que vivem da precariedade de nossas instituições, aqueles que vivem nos buracos da lei, como os ratos. O Ministério Público com Janot e o juiz Sérgio Moro não estão provocando crise alguma, mas uma mutação histórica. Mesmo que acabe em pizza, nunca mais o país será o mesmo.

Isso porque aqui a corrupção não é apenas um malfeito, um "pecado" de ladrões, mas uma forma de gestão, um sistema político que contamina os órgãos públicos, deformando qualquer hipótese de crescimento e governança.

Conforme (SILVA, 2015, p.1), a corrupção no Brasil é mais profunda:

No entanto, a questão da corrupção no Brasil é muito mais profunda. Acredito que apenas uma pequena parte dos casos seja descoberta e venha a público. Imagino que grande parcela fique escondida nas entranhas públicas. Temos a corrupção política, a corrupção de servidores e de cidadãos desonestos. A corrupção sempre tem dois lados, um corrompendo e outro sendo corrompido.

É nítido que a máquina pública está comprometida. Desde criança escutamos falar sobre a tal da corrupção, agora vemos, todo dia, ao vivo e a cores na TV.

Nas palavras de (DINIZ, 2012, p.1):

A corrupção no Brasil vai muito além de um erro cometido uma única vez. A condição da política brasileira é baseada na acomodação da sociedade com a situação atual, na aceitação da corrupção como normalidade, na legislação defasada e complacente com os erros. As constantes denúncias de desvio das verbas públicas,

divulgadas pela mídia, fazem com que a indignação dos cidadãos vá diminuindo, e, sem ser pressionados, os réus encontram métodos para se livrar das acusações.

Se ampliarmos para um quadro mundial, o Brasil está na 69ª posição do Índice de Percepção de Corrupção da ONG Transparência Internacional. Vale salientar que o país tem um índice de 3,8 em uma escala que vai de zero – países vistos como muito corruptos – a dez – países com poucos corruptos – em um ranking de 180 países. Para ilustrar em números, de 2003 a 2008, quase 2.000 servidores públicos brasileiros foram expulsos do governo federal por cometer práticas ilícitas. Entre as principais causas da punição estão o uso do cargo para obtenção de vantagens, improbidade administrativa, abandono de cargo, recebimento de propina e lesão aos cofres públicos.

Sendo assim pode-se dizer que no Brasil a corrupção já vem acontecendo durante anos, mas agora, com a ajuda dos meios de comunicação, podemos ficar a par de tudo. A este respeito (JABOR, 2015, p.1) ressalta:

Está vindo à luz um Brasil que estava oculto debaixo da terra e dos esgotos. A maldita herança que Lula deixou abriu as portas para esse desmanche do país. Há 12 anos a ordem ainda é: "Façam o que quiserem com o Estado, desde que me apoiem.

E assim se criou o pior cenário para o Brasil: uma frente única da esquerda incompetente com a mais arcaica direita feudal. O perigo que a Lava Jato corre não são as investidas do ambicioso trator Eduardo Cunha. Não. Perigosas são as artimanhas sutis, armadas para tentar que o STJ anule as investigações.

Diante do exposto, o que não podemos fazer é aceitar esse tipo de comportamento dos políticos como “normal”, pois para puni-los existe o judiciário e o mesmo deve colocar um limite para que esse problema seja solucionado a tempo.

Cabe a nós entendermos como funciona a política no Brasil e, SILVA (2015, p.1):

Na esfera política houve e há muito apadrinhamento para se obter a dita governabilidade. Não importa os interesses da sociedade, desde que os interesses pessoais e partidários sejam atendidos, com isso vem à briga pela distribuição de cargos públicos, comissionamentos e outras benesses. Isto ocorre em todos os níveis de governo (municipal, estadual e federal), afinal é preciso acomodar todos os camaradas.

Diante do que foi exposto, é preciso que a sociedade se manifeste contra esses governantes que estão no poder e que só pensam em seu bem estar, pois a corrupção

gera a pobreza e o país para de crescer. Para isso podemos usar a Internet, TV, pois elas têm um grande poder de repercussão ou simplesmente vamos sair e ir às ruas para manifestar. O que nós não podemos é ficar parados assistindo a tudo sem fazer nada como meros telespectadores. Devemos aprender a exercer os nossos direitos como cidadãos de bens e tirar os corruptos do poder, pois se eles estão lá e graças aos nossos votos. Se omitirmos o fato é como se vivêssemos em um país sem lei, onde quem vence é o mais forte ou no caso o mais corrupto.

5. Considerações Finais

O tema pesquisado nos mostra o quanto a mídia se destaca: seja no campo político, econômico e social da sociedade no mundo atual. Com seus mecanismos de comunicação ela acaba por incutir nas pessoas de um modo geral uma cultura, uma consciência e uma forma de pensar e de agir.

O objeto de desejo a ser adquirido, a escolha de um candidato nas eleições, a corrupção, a moda a ser seguida despertam o interesse da população e os meios de comunicação como televisão, internet, computador, tablet tornaram-se um fenômeno em massa e com isso cresce em nós a sensação de dependência dos mesmos.

Na atualidade, num momento onde a credibilidade dos políticos não está nada boa, pois eles estão sendo acusados de corrupção sem sentido. Com isso, os telejornais enfatizam o tema “corrupção” fazendo com que o mesmo apareça como um fato normal do nosso cotidiano.

Conforme os autores pesquisados sobre o tema em questão, a influência da mídia em nossas vidas não vai acabar, visto que os meios de comunicação estão cada vez mais sofisticados e acessíveis a toda a população. Devemos então aprender a debater sobre o que é noticiado por ela sobre qualquer assunto e decidir o que é importante para nossa vida, o que precisamos ter para sermos felizes é qual o melhor candidato para nos representar nas eleições.

THE INFLUENCE OF THE MEDIA IN OUR LIFE AND IN THE CHOICE OF OUR REPRESENTATIVES

Abstract

The objective of that work is to reflect the importance and the influence of the media in our lives and your so much persuasion power in our way of living as in the hour of choosing candidates. The internet facilitates our day by day and we can go shopping without leaving of house besides staying informed through a cellular one, tablet or for the TV. The media uses of attractive visual resources through the soap operas and propagandas to seduce and to induce the person to acquire a very material one or to follow an established pattern. Your function is the one of informing and that can be observed in relation to the theme corruption that is being announced the whole time by the broadcastings. With that the name and the life peculiar of corrupt candidates are being exposed for her. In that perspective it is necessary to understand that if it doesn't root the influence of the media we would not be informed of all this. What fits to us it is not to accept everything that is announced by her as only truth to learn to question and to research for later to make our decision is regarding a propaganda, be on a candidate's choice, or on our way of living in society.

Key Word : Media. Influence - Corruption

Referências

BRASIL. **Parâmetros curriculares nacionais**. Apresentação dos temas transversais e ética. V.8. Brasília: MEC/SEF, 1997, 146p.

DINIZ, José Janguê. **A política da corrupção**. Blog do Janguê. Disponível em: <http://www.blogdojanguie.com.br/a-politica-da-corrupcao/2012>. Acesso em novembro de 2015.

DORNELES, Hermy Juliano. **A intervenção da mídia na política**. Liberdade de imprensa x democracia. <http://hermy.jusbrasil.com.br/artigos/179006500/a-intervencao-da-midia-na-politica-liberdade-de-imprensa>. maio de 2015. Acesso em: novembro de 2015.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Mini Dicionário Século XXI Escolar**. O minidicionário da língua portuguesa. 4ª. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

JABOR, Arnaldo. **“No Brasil, corrupção é forma de gestão, é sistema político”**, diz Jabor. Disponível em: g1.globo.com/.../no-brasil-corrupcao-e-forma-de-gestao-e-sistema-politico-diz-jabor.html. Edição do dia 26/08/2015 . Acesso em: novembro de 2015

LIMA, Christiane. **A Influência da Mídia em Nossas Vidas** - Rádio Boa Nova. disponível em: <http://radioboanova.com.br/artigos/influencia-da-midia-em-nossas-vidas/06\07\2009>. Acesso em: novembro de 2015.

NEGREIROS, Davys Sleman de. **Mídia e política: a metamorfose do poder**. Revista Espaço Acadêmico. Ano II Ano 19. Dezembro de 2002. Mensal – ISSN 1519.6186. Disponível em: <http://www.espacoacademico.com.br/019/19cnegreiros.htm>. Acesso em: novembro de 2015

SILVA, Ellen Fernanda Gomes da. **O impacto e a influencia da mídia sobre a produção da subjetividade**. Trabalho apresentado a Faculdade do Vale do Ipojuca. Disponível: http://www.abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais_XVENABRAPSO/447.%2520o%2520impacto%2520e. Acesso em: novembro de 2015.

SILVA, Mauricio Alvarez da. **A Corrupção no Brasil também é bancada por nós!** Disponível em: <http://www.portaltributario.com.br/artigos/corrupcaonobrasil.htm2015>. Acesso em: novembro de 2015.

