



A FABRICAÇÃO DOS CANDIDATOS: ELEIÇÕES ENTRE 1989 E 2002

Erick da Silva Porto (Voluntário), Eliana Gasparini Xerri (Orientador(a))

A pesquisa analisa as representações feitas pelo Jornal Pioneiro, acerca dos candidatos às eleições presidenciais no Brasil entre 1989 e 2002. É indiscutível a influência que as mídias de massa exercem sobre a população. Isso pode ser percebido na forma de consumo, nos estereótipos criados sobre grupos e podem, até mesmo, mudar os rumos de uma eleição. O recorte da pesquisa se limita aos candidatos mais votados das eleições (primeiro e segundo turno), nas representações feitas nos cadernos especiais de fim de semana da semana anterior à eleição, do dia da eleição e da semana posterior ao pleito. Para conceituar representação Peter Burke (1992) discorre sobre como se deu a construção da imagem de Luís XIV, dando sentido à construção simbólica feita em torno dele. Analisa as representações feitas pela mídia da época sobre o personagem estudado, sejam representações feitas em pinturas, moedas, arcos espalhados e até por produções envoltas pela literatura. Burke não se detém ao Rei da França, mas, sobre a imagem pública, sobre o personagem na imaginação coletiva que foi criado e como sua imagem permanece marcada no imaginário. Pesavento (2006, p. 49), contribui com o conceito de representação afirmando: “homens elaboram idéias sobre o real, que se traduzem em imagens, discursos e práticas sociais não só qualificam o mundo como orientam o olhar e à percepção sobre esta realidade”. É no encontro desses que autores faço reflexões sobre a construção dos candidatos das eleições já citadas. A pesquisa se insere na História do Tempo Presente, portanto, temas historicamente recentes, nos alertam para perspectivas em construção. A metodologia utilizada se embasa na Análise Crítica do Discurso defendida por Fairclough que entende o discurso como uma prática social reprodutora e transformadora de realidades (2001). As conclusões confirmam que as representações feitas pela mídia analisada influenciaram no resultado das eleições, principalmente em se falando sobre os discursos populistas e populares que os candidatos empregaram, suas fotografias e formas de representá-los que fora amplamente repercutido pelo Jornal Pioneiro.

Palavras-chave: Representação, Eleição , Mídia

Apoio: UCS