

2.4. Respostas da Psicologia Política: Efeitos Midiáticos, Política Racial, Tomada de Decisão Heurística na Política

2.4.1. Efeitos Midiáticos

Estudos pioneiros da Universidade de Columbia se concentraram nos efeitos que a mídia tem sobre cidadãos e suas escolhas políticas, mas após quase vinte anos de pesquisa, o resultado foi o "modelo de efeitos mínimos" (Carmines e Huckfeldt). Pelo que se constatou, o impacto político da mídia sobre comportamentos e opiniões aparentemente é atenuado por uma série de razões, incluindo a falta de atenção dos cidadãos, mensagens conflitantes e a interrupção das mensagens umas às outras. Há também processos no nível individual que distorcem as mensagens da mídia com base em predisposições políticas pré-existent. Qualquer mensagem que chegue ao indivíduo já foi processada por padrões de interação e comunicação social.

Os autores argumentam que padrões de comunicação contidos em grupos coesos e consonantes com interesses e características individuais podem ofuscar elementos importantes do ambiente político externo. Os primeiros trabalhos sobre a mídia e seus efeitos se concentraram principalmente nas consequências políticas de viés: como as preferências políticas das pessoas são alteradas pela mídia tendenciosa? No entanto, a busca por efeitos de viés foi problemática devido a dois processos interdependentes - um no nível individual e outro no nível da mídia. Conta-se que, nos Estados Unidos, a adoção de um papel de observador crítico politicamente desapegado colocou a mídia americana em uma posição adversária em relação a ambos os lados em lutas partidárias. Se informações sem um viés bem compreendido são difíceis de integrar e incorporar à tomada de decisões políticas, então a mídia moderna se torna cada vez menos relevante à medida que se torna cada vez mais distante e adversária. Os relatos da mídia como fonte útil de informação política tendem a ser cada vez menos frequentes entre os cidadãos, ao mesmo tempo em que o elo entre mídia e opiniões dos cidadãos se torna mais opaco.

Os problemas acima mencionados são ilustrados pelo trabalho de Beck (1991). Ele mostra que os democratas acusam a imprensa de ter um viés republicano, enquanto os republicanos acusam a imprensa de ter um viés democrata. Tais efeitos operam em direção oposta aos efeitos que surgem na comunicação social. Ao mesmo tempo em que os cidadãos (muitas vezes erroneamente) projetam suas próprias preferências partidárias nos seus pares (como se pensassem semelhante), eles também (muitas vezes erroneamente) creditam preferências e posicionamentos opostos sobre seus jornais. É evidente que o preço da objetividade é um aumento no nível de crítica de ambos os campos partidários.

Iyengar e Kinder (1987) e Iyengar (1991) apontam outras formas sutis de influência da mídia: o impacto da definição de pauta e do "priming" da mídia na tomada de decisão dos cidadãos. Como as pessoas têm um número limitado de preocupações para basear suas decisões políticas, os critérios de direcionamento do foco dos cidadãos são fator de sucesso para partidos e candidatos. A mídia pode "preparar" a tomada de decisão dos cidadãos estabelecendo a base da avaliação, como