



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

JOSÉ GUILHERME RODRIGUES GAVA

**A ALIENAÇÃO MUDIÁTICA COMO DOCTRINA DO PENSAMENTO E
COMPORTAMENTO HUMANO**

Assis

2016



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

JOSÉ GUILHERME RODRIGUES GAVA

**A ALIENAÇÃO MIDIÁTICA COMO DOCTRINA DO PENSAMENTO E
COMPORTAMENTO HUMANO**

Trabalho de conclusão de curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda. Pesquisa apresentado ao IMESA – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, e à FEMA, Fundação Educacional do Município de Assis, como requisito parcial para a obtenção do Certificado de Conclusão.

Orientando: José Guilherme Rodrigues Gava

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Márcia V. S. Carbone

Assis

2016

FICHA CATALOGRÁFICA

GAVA, José G. R.

**A MANIPULAÇÃO MUDIÁTICA COMO DOUTRINA DO PENSAMENTO E
COMPORTAMENTO HUMANO / JOSÉ GUILHERME RODRIGUES GAVA**

Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA – 2016.

Orientador: Márcia Valéria Seródio Carbone

**Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) – Instituto Municipal de Ensino
Superior de Assis – IMESA.**

**1. Mídia. 2. Alienação 2014. 3. Senso Crítico. 4. Informação. 5.
Propagação.**

A MANIPULAÇÃO MUDIÁTICA COMO DOUTRINA DO PENSAMENTO E COMPORTAMENTO HUMADO / JOSÉ GUILHERME RODRIGUES GAVA

JOSÉ GUILHERME RODRIGUES GAVA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Instituto Municipal de Ensino Superior de
Assis, como requisito do Curso de Graduação,
analisado pela seguinte comissão
examinadora:

ORIENTADOR(A): _____

ANALISADOR (1): _____

DEDICATÓRIA

**Dedico este trabalho
a minha família,
a minha orientadora,
e ao conhecimento.**

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a minha família, em especial todos os meus avós, pela estrutura e confiança fornecida para meus estudos durante toda a vida.

Agradeço ao professor Rafael Campos, pela confiança e orientação durante os anos na instituição, abrindo portas do conhecimento e por me dar a oportunidade de aplicar meu conhecimento na área onde atuo.

Agradeço ao professor Tiago Vitoreti, pelas orientações e todo o conhecimento acadêmico que a mim foi fornecido durante todo o curso, e principalmente durante o período no qual ministrou aulas na Instituição.

Gostaria de prestar meus agradecimentos a todos os educadores que passaram informações e conhecimento a mim durante toda minha vida, desde o ensino fundamental até a conclusão deste trabalho. Grande parte da minha educação e visão de mundo, vieram parte a parte de cada um destes. Também pela participação ativa e ao conhecimento que cada um me forneceu, sendo essencial para todas as oportunidades que tive na vida.

E por fim, agradeço à minha orientadora Márcia Carbone, por suas aulas e orientação durante todo o curso. A senhora tem grande participação em meu desenvolvimento acadêmico e profissional, onde dedicou tempo, paciência e conhecimento para a um desenvolvimento de meu próprio senso crítico às responsabilidades e ao convívio social.

Somos um povo que suporta tudo e engole tudo.

Assis Chateaubriand (1892-1968)

RESUMO

O objetivo deste trabalho tem sido comparar as formas de comunicação em massa e sua doutrinação durante a história. Dessa forma, destacar o modo como tais meios influenciam de maneira direta e indireta o pensamento e o comportamento humano. A partir de fatos históricos e períodos nos quais a comunicação era utilizada como forma de doutrinação, pode-se destacar a forma como a linguagem imperava e como isto foi utilizado como manobra política por governos autoritários.

Durante este trabalho, destacou-se a forma de utilização do cinema como plataforma de manipulação e doutrinação durante a segunda guerra mundial. A importância que o rádio exerce em toda a população global até os dias de hoje e principalmente a forma como se comunica de forma imediata com a grande massa. Outro principal meio estudado é a televisão, e sua importância, a partir da metade do século XX, para o controle ideológico das massas, sobretudo no Brasil, desde sua implantação e durante a toda a ditadura militar. E por fim, analisamos a forma como a internet e as redes sociais tratam a informação, sua devida veracidade na rede e seu uso na doutrinação política e manifestações a partir de discursos de ódio e na troca de informação e comunicação.

O resultado deste trabalho é a análise no destaque dado por lideranças autoritárias às plataformas midiáticas como forma de solidificação de seus ideais. Muitos destes, na busca por aceitação da população revolucionaram a forma de se fazer comunicação no mundo todo, inclusive no Brasil desde a chamada Era Vargas. Para isto é comparado no trabalho, identidades visuais e formas de comunicação, junto a discursos de aceitação governamentais desde mandatos anteriores até o atual. Desta forma, identificar o público para que se direciona e a real intenção dentro de cada um dos logotipos e slogans utilizados.

Palavras-chave: Mídia. Alienação. Comportamento. Imprensa. Governamental.

ABSTRACT

The objective of this work has been to compare the forms of mass communication and its indoctrination during history. In this way, to highlight the way in which such means directly and indirectly influence human thought and behavior. From historical facts and periods in which communication was used as a form of indoctrination, one can highlight the way language prevailed and how it was used as a political maneuver by authoritarian governments.

During this work, the use of cinema as a platform of manipulation and indoctrination during the Second World War was highlighted. The importance that radio exerts in the entire global population to this day and especially the way it communicates immediately with the great mass. Another principal medium studied is television, and its importance, since the mid-twentieth century, for the ideological control of the masses, especially in Brazil, since its implantation and during the entire military dictatorship. Finally, we analyze how the Internet and social networks treat information, its truthfulness in the network and its use in political indoctrination and manifestations from hate speech and the exchange of information and communication.

The result of this work is the analysis in the emphasis given by authoritarian leaders to media platforms as a way of solidifying their ideals. Many of these, in the search for acceptance of the population, have revolutionized the way of communication throughout the world, including in Brazil since the so-called Era Vargas. For this is compared in the work visual identities and forms of communication, along with speeches of government acceptance from previous mandates to the present one. In this way, identify the audience to which it is directed and the actual intent within each of the logos and slogans used.

Keywords: Media. Alienation. Behavior. Press. Government.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – LOGOTIPO GOVERNO FEDERAL “BRASIL:UM PAÍS DE TODOS”.....	35
FIGURA 2 – LOGOTIPO GOVERNO FEDERAL “BRASIL: PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA.....	36
FIGURA 3 – LOGOTIPO GOVERNO FEDERAL “BRASIL: PÁTRIA EDUCADORA”.....	37
FIGURA 4 - LOGOTIPO GOVERNO FEDERAL “BRASIL: ORDEM E PROGRESSO”.....	39

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
2. RÁDIO.....	16
2.1. O PRINCÍPIO DO RÁDIO.....	16
2.2. AUTORITARISMO NO RÁDIO.....	18
2.3. O PROGRAMA HISTÓRICO DO RÁDIO.....	19
2.4. PESQUISAS ATUAIS SOBRE O MEIO.....	20
3. TELEVISÃO.....	21
3.1. O PRINCÍPIO DO MEIO.....	21
3.2. INFORMAÇÃO NA TELEVISÃO.....	22
3.3. PESQUISAS ATUAIS.....	24
4. CINEMA.....	26
4.1. O PRINCÍPIO DO CINEMA DOUTRINADOR.....	26
4.2. O CINEMA NO BRASIL AUTORITÁRIO.....	27
5. INTERNET E PLATAFORMAS DE ACESSO À REDE.....	29
5.1. A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS.....	30
6. COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL: ANÁLISE A PARTIR DA IDENTIDADE VISUAL.....	33
6.1 A DOUTRINAÇÃO POR MEIO DA IDENTIDADE VISUAL GOVERNAMENTAL.....	34
7. CONCLUSÃO.....	41
REFERÊNCIAS.....	42

1. INTRODUÇÃO

A intenção deste projeto de forma primária é analisar toda a discussão ideológica atual, e por meio de análises e comparações, buscar entender o princípio deste conflito social, e a forma como os meios de comunicação interferiram no pensamento e comportamento onde aplica-se uma doutrina através do discurso, imagens e manipulações da informação. Não só no momento atual, mas em toda a história, os meios sempre foram utilizados para comunicação em massa, hoje a internet cresce em todo o Planeta e diferente dos demais meios, há interações entre todos os usuários e compartilhamento de informações de forma imediata em qualquer ponto da Terra. Isto por consequência gera um conflito de interesses e coloca a sociedade em debate de forma aberta principalmente por questões ideológicas.

Uma das frases mais citadas em incontáveis artigos e análises, é atribuída ao célebre general Charles De Gaulle, líder da resistência francesa contra os nazistas e depois presidente da França “O Brasil não é um país sério”. Mais tarde ficou comprovado através de testemunhas, que o general jamais externou tal opinião. Foi inútil, pois a versão tornou-se fato. A história é repleta de exemplos de deturpações. Os jornais e, por consequência, os leitores, acabam sendo as maiores vítimas. (DIMENSTEIN, 1990, p. 26).

A frase citada Gilberto Dimenstein, retrata grande parte do pensamento aplicado neste trabalho. O modo como a imprensa divulga determinados fatos, muitas vezes os mesmos sem procedência ou confirmação verídica, torna-se um meio de doutrinação e alienação que posteriormente pode-se gerar um determinado pensamento de ódio. Desta forma uma citação inverídica, torna-se real e até mesmo conflituosa por parte da massa que a compartilha.

No cenário Político/Econômico atual, fica explícita a forma como os meios de comunicação reproduzem a mesma mensagem em diversas formas. Cada veículo, ou cada corporação responsável pela comunicação no país, se coloca de forma muitas vezes imparcial em relação a informação. Seria utópico acreditar que um jornalista não colocaria sua opinião em um artigo, ou um apresentador de telejornal ou rádio notícia se coloque de maneira neutra em relação a reprodução de informações. De fato, todos têm uma opinião em relação a diversos assuntos do cotidiano, porém muitas vezes a forma como o apresentador de telejornal ou rádio se coloca em divulgar determinada informação

influencia no entendimento da massa. Somente o fato de uma alteração na voz em determinada notícia, já demonstra diversos efeitos a quem a recebe.

Antes da chegada da internet, era a televisão quem mais adentrava a vida da população. Com isso, além de estar presente em grande parte dos lares do mundo, ela criava toda uma fantasia onde indiretamente estabelecia padrões de vida, consumo e até mesmo de beleza. Muitas vezes a forma como a massa recebia a informação, gerava uma verdade ao indivíduo que buscava se tornar parte deste padrão pré-estabelecido por este meio. “Jornalismo é publicar aquilo que alguém não quer que se publique. Todo o resto é publicidade.”(HEARST, 1940). A frase muitas vezes atribuída a George Orwell, na verdade é de Willian Hearst. Segundo este estudioso, há a fragmentação do pensamento de controle de informação das grandes corporações que fazem pelos meios de comunicação atual.

Com a facilidade em que a televisão adentra a residência de seus telespectadores, principalmente de uma grande massa, que muitas vezes não tem uma garantia de educação, ou outros meios de atentar-se a determinados fatos, estes se tornam vulneráveis a manipulação e doutrinação por parte das grandes corporações. Com isso, gera-se um compartilhamento de informações, que muitas vezes não tem fundamento ou referências sólidas.

Antes da televisão se tornar um veículo poderoso de comunicação em massa, o rádio era quem transmitia a maioria das informações. Era o meio mais efetivo de se transmitir uma mensagem até pouco tempo atrás. Desde a década de trinta, o rádio no Brasil serviu bem mais do que um meio de comunicação em massa, era também um forte meio de angariar poder ao sistema. Servindo para solidificar ideais políticos, muitas vezes conservadores como foi no caso da ditadura de Getúlio Vargas, que expandiu este meio de forma violenta como meio de efetivar sua força política e de seu governo.

Um meio de comunicação em massa, jamais obteve a intenção de extinguir outro, pois cada um possui uma linguagem própria de comunicação, e que muitas vezes acaba perdendo força com a chegada de meios mais modernos. Hoje por exemplo é comum assistirmos televisão em aparelhos eletrônicos como computadores, tablets e celulares. O mesmo acontece com o rádio, que praticamente excluiu sua plataforma AM, porém está cada vez mais presente de forma virtual. Sendo assim, hoje podemos ouvir rádio, assistir

televisão e ler notícias em diversas plataformas, em qualquer lugar, com apenas alguns cliques no aparelho.

O cinema também pode ser considerado um meio de comunicação em massa, criado por volta de 1890, se tornou um principal aliado do regime nazista durante o extermínio de milhões de judeus durante as décadas de 1930 e 1940. Hitler viu uma grande oportunidade em estabelecer uma utopia através de filmes e cenas, nas quais se via um país livre, com muito trabalho e uma economia sólida. Sabemos que isso serviu como isca para atrair grande parte da população que não se encaixava no “Padrão Ariano” estabelecido pelo ditador, a migrar para campos de concentração com trabalhos forçados e extermínio humano.

O que é considerado uma arte por muitos, por outros é uma oportunidade de também solidificar um padrão de pensamento, ou doutrina política. Após o término da Segunda Guerra, todo um padrão de roteiro e filmagem foi cirurgicamente observado, para que não houvesse outras falhas como aconteceu na Alemanha e na Itália, onde o ditador Benito Mussolini também propagava seu ideal conservador através do cinema. Porém após este período, a televisão ganhou cada vez mais espaço, até chegar ao ponto de quase toda uma parcela de sociedade se informar por ela.

O intuito deste trabalho é indagar a forma como os veículos de comunicação doutrina e transformam o pensamento do indivíduo. A partir de comparações de fatos históricos com outros de nossa atualidade, pesquisas de censos atuais e referências bibliográficas, buscamos analisar a forma como as grandes corporações sejam elas midiáticas ou governamentais, mesmo que de forma indireta, doutrina e manipulam o comportamento e ações de uma grande massa.

Este trabalho se influenciou a partir de reflexões sobre o atual momento da sociedade brasileira, que se encontra dividida ideologicamente em questões políticas e sociais. Com isso, cresce a forma como a mídia se comunica a grande massa, levando muitas vezes informações distorcidas de forma tendenciosa, e imparciais. Isso trouxe uma forte onda de ódio e raiva, onde a população saiu as ruas para protestar e brigar por seus ideais. Frisaremos ainda, as manobras utilizadas para a propagação de ideologias políticas, durante toda a história, até o momento atual.

A estrutura do trabalho se divide em duas partes, na primeira onde se coloca a função dos meios de comunicação em massa na História, a partir de seus devidos surgimentos, e a

forma como cada um destes auxiliaram na doutrinação e manipulação de algum pensamento tanto no Brasil, quanto em todo o planeta. A segunda parte como último capítulo e conclusão, tem a finalidade de colocar em discussão uma comparação da linguagem e meios utilizados atualmente, a partir da Identidade Visual e Slogans governamentais como forma de propagação de informação, doutrinação e alienação em massa.

2. RÁDIO

Anteriormente as explosões criativas de áudio e imagens provocadas pela televisão, o rádio, era sem dúvida o meio de comunicação em massa mais importante da história. Diferentemente da prensa criada por Gutenberg que possibilitou toda uma mudança histórica na comunicação impressa, que desde o século XV até os dias de hoje ainda funcionam da forma semelhante. O descobrimento das ondas eletromagnéticas, e sua devida codificação e leitura, possibilitaram ao homem a extensão da comunicação como um todo. Ondas estas, que foram responsáveis pela troca de informações entre os homens na Terra e até mesmo no espaço.

Mesmo hoje onde a televisão e a internet ganharam espaço entre os meios de comunicação, o rádio que hoje se encontra em multiplataforma, ainda é um dos principais meios de comunicação mais acessados e ouvidos em todo Mundo. No Brasil mesmo, segundo o censo do IBOPE Média realizado no anos de 2015, cinquenta e dois milhões de brasileiros ouvem o rádio diariamente somente nas regiões metropolitanas do país. Isto é, quase um quarto da população brasileira, ainda acessam o meio para informação e entretenimento em sua maioria.

2.1. O PRINCÍPIO DO RÁDIO

Pesquisas indicam que até os anos de 1900, havia diversos estudos sobre ondas de radiotelegrafia em diversos pontos do mundo, inclusive no Brasil. Porém a primeira estação de rádio conhecida surgiu em Nova Iorque, nos Estados Unidos, em 1916. Foi nela que aconteceu o primeiro registro de conteúdo radiojornalístico, com transmissão da apuração de votos para eleição presidencial americana. A partir da década de vinte, começou a chamada Era do Rádio, onde melhorias foram aplicadas em equipamentos, e houve uma expansão neste meio.

Entre os meios de comunicação de massa, o rádio é sem dúvida, o mais popular e o de maior alcance público, não só no Brasil como em todo mundo, constituindo-se, muitas vezes, no único meio a levar informações para populações de vastas regiões que não têm acesso a outros meios, seja por motivos geográficos, econômicos ou culturais. Esse status foi alcançado por dois fatores congregados: o primeiro, de natureza fisiopsicológica – o fato de ter o homem a capacidade de reter a mensagem falada e sonora simultaneamente com a execução de outra

atividade que não especificamente receptiva; o outro, de natureza tecnológica – a descoberta do transistor. (ORTRIWANO, 1985, p. 78).

Na obra “A informação no rádio: os grupos de poder e determinação dos conteúdos” de Gisela Ortriwano (1985) é citado que a popularidade do rádio e seu devido alcance ocorreu pelo fato do ser humano ter a capacidade de reter a mensagem falada e sonora simultaneamente enquanto executa outras atividades. E pelo fato do sinal de sua frequência chegar a locais onde muitas vezes por motivos geográficos, econômicos ou culturais não tem acesso a informações ou outros meios de comunicação.

O pioneiro do rádio brasileiro foi Edgard Roquete Pinto, que convenceu a Academia Brasileira de Ciências a comprar equipamentos que transmitissem discursos do governo na Praia Vermelha, assim fundou em 1923 a Sociedade Rádio Educadora Paulista. No início dos anos 30, o Brasil já contava com mais de vinte e cinco emissoras de rádio, neste mesmo ano ocorreu a primeira transmissão de uma partida de futebol.

Mas o rádio nascia como meio de elite, não de massa, e se dirigia a quem tivesse poder aquisitivo para mandar buscar no exterior os aparelhos receptores, então muito caros. Também a programação não estava voltada para atingir aos objetivos a que se propunham seus fundadores: “Levar a cada canto um pouco de educação, de ensino e de alegria”. Nasceu como um empreendimento de intelectuais e cientistas e suas finalidades eram basicamente culturais, educativas e altruísticas.(ORTRIWANO, 1985, P.14).

Em seu princípio, o rádio servia a elite, pelo alto custo de seus equipamentos, e a falta de logística em importar aparelhos receptores do exterior. Sua programação também era voltada a conteúdos destinados a uma porção da população. Este empreendimento nasceu de princípios intelectuais por parte de cientistas em expandir a informação cultural, educativa e altruística. Porém , a expansão pós “Era do Rádio”, tornou mais viável o acesso a este meio de informação a outras parcelas da sociedade.

2.2. AUTORITARISMO NO RÁDIO

No Brasil foi dada a devida atenção a este meio de comunicação durante o governo de Getúlio Vargas, o chamado “Estado Novo”, que visou desenvolver um forte sentimento nacionalista em sua população, que transmitisse a mensagem da preocupação do governo com a cultura e informação. Inspiradas em campanhas nazifascistas, as campanhas do Estado Novo conotavam um forte apelo emocional, promessas políticas de benfeitorias a população e enaltecer a força do ditador. Despertando assim um sentimento nacionalista na população brasileira.

E o rádio brasileiro vai encontrando seu caminho, definindo sua linha de atuação e assumindo um papel cada vez mais importante na vida política e econômica do país. Getúlio Vargas foi o primeiro governante brasileiro a ver no rádio grande importância política. E passa a utilizá-lo dentro de um modelo autoritário. (ORTRIWANO, 1985, P. 17).

De início o governo Vargas não conseguiu um bom relacionamento com a massa, pelo fato do povo ainda não compactuar com o regime autoritário implantado recentemente no país. Porém isso foi atingido tempos depois de muita manipulação e doutrinação em diversos meios de comunicação como no próprio rádio e em jornais nacionais. Com isso a imprensa e o rádio foram os principais veículos de informação do estado-novista. Tornando-se ambos órgãos de utilização do Estado e veículo oficial da ideologia governamental.

Enquanto no Brasil, Getúlio Vargas foi o responsável por pragmatizar ideais políticos no rádio, em outras partes do Mundo, governos autoritários já veiculavam sua ideologia e doutrinavam dezenas de milhões de pessoas. Adolf Hitler utilizava outros meios como jornais, cartazes e até mesmo o cinema para disseminar o ideal pregado por seu partido, o Nazista (Partido Nacional Socialista do Trabalhador Alemão). Durante o regime Nazista, o rádio que até então era um veículo pouco usado por ainda ser ainda um meio novo, foi definido por Josef Goebbels, então ministro da Propaganda Nazista, como ideal para divulgar essa doutrina. A partir disto, o governo tomou um controle absoluto das informações veiculadas, e obrigou todos os funcionários de rádios a se filiarem a Câmara de Radiodifusão, pertencente a Cultura do Reich. Durante a Segunda Guerra Mundial, a

população alemã foi proibido de ouvir estações e conteúdos estrangeiros no rádio, tratando como criminoso quem contrariasse esta regra, podendo ser condenado a morte.

Foi de grande importância a participação do rádio durante a Segunda Grande Guerra, além de propagar o patriotismo e enaltecer a conquista dos ditadores, ele serviu como amplificador vocal destes líderes. Ali eram transmitidos discursos altamente enérgicos e patriotas, para assim doutrinar a população para aquela ideologia. Também visava um conteúdo ideológico local que impedisse a população de buscar informações em emissoras estrangeiras, e evitar assim o descobrimento de muitas farsas que pudessem afetar os objetivos daqueles governos. A participação deste meio foi fundamental até mesmo no fim da Guerra, quando foi divulgada a nota de morte do ditador alemão e derrota de seu regime na, com a seguinte mensagem: "Diretamente do quartel-general do Führer, está chegando a mensagem de que nosso Führer Adolf Hitler tombou pela Alemanha, lutando contra o bolchevismo até o último suspiro". Segundo Sabine Ochaba (2008). Com o término da Segunda Guerra Mundial, deu-se início a Guerra Fria, que por conta da corrida armamentista e tecnológica, ambas as grandes potências que se opunham, evoluíram seus meios e formas de comunicação para agregar poder uma sobre a outra. Este momento foi fundamental para a revolução tecnológica que chega até os dias atuais. Até aquele momento o rádio foi o meio de maior destaque e a partir disto outros meios foram ganhando corpo, forma e conteúdo.

2.3. O PROGRAMA HISTÓRICO DO RÁDIO

Nos Estados Unidos, mais precisamente no ano de 1938, ocorreu a transmissão de rádio mais famosa da história. Este evento mostra a importância da informação na vida das pessoas. Diferente dos dias atuais onde existem milhares de fontes noticiais atualizadas a cada segundo, naquele tempo o único meio de transmissão de informação com maior alcance e de forma mais rápida era o próprio rádio. Era 30 de outubro quando a emissora norte americana Columbia Broadcasting System interrompeu sua programação musical para relatar uma suposta invasão de alienígenas. O que era um começo de um rádioteatro desencadeou um pânico generalizado em grande parte da população. Este episódio ficou

marcado por toda história e serve como exemplo da forma como a população se coloca sobre as informações dos meios de comunicações. A influência do rádio era tão grande nos cidadãos que causou reações imprevisíveis na maioria dos ouvintes. O responsável por este catastrófico marco na comunicação foi o diretor e produtor desconhecido até então Orson Welles, que adaptou parte do livro “Guerra dos Mundos” do escritor inglês Hebert George para o rádio. O medo motivado pela transmissão causou grandes transtornos em diversas cidades americanas, desencadeando congestionamentos, sobrecarga de linhas telefônicas, e aglomerações de cidadãos apavorados formaram grandes confusões. Este episódio não só fez Orson Welles mundialmente famoso, mas eternizou este fato como o programa que mais marcou história no século 20.

2.4. PESQUISAS ATUAIS SOBRE O MEIO

Hoje em dia, o rádio ainda é um meio muito utilizado no Brasil. A pesquisa realizada pelo IBOPE Media no ano de 2015, mostra que o alcance do rádio em 13 regiões metropolitanas do país ultrapassou cinquenta e dois milhões de ouvintes, isto é, quase um quarto da população nacional sintonizada no rádio, somente nas regiões metropolitanas. Outra pesquisa realizada pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República também no ano de 2015 mostra mais de 33% da população ainda ouve rádio diariamente, sendo que destes mais de 62% usa o meio para se informar. Sabendo disso, nota-se a importância do rádio nos dias atuais, e como a propagação da informação neste meio ainda é sólida, mesmo que em outras plataformas de sintonização.

Um dos maiores resquícios da “Era do Rádio” e de como Getúlio Vargas transformou este meio é que até os dias de hoje a partir das 19:00 horas diariamente, pode-se ouvir o programa “A Voz do Brasil”, que teve seu início em 1935 com o intuito de levar as informações do governo federal a todos os cidadãos. Antes chamado de “Programa Nacional”, segue o mesmo formato desde 1938, sendo transmitido obrigatoriamente por todas as estações de rádio do país. O programa é considerado um dos mais antigos ainda em programação em todo o mundo.

3. TELEVISÃO

Visto como o principal meio de comunicação criado no último século, a televisão é sem dúvida um dos grandes marcos da história humana. Desde sua criação, este aparelho teve como função principal, o entretenimento de seus telespectadores. É considerada também o principal meio de divulgação de informações e ideologias. Assim como o rádio, a televisão em seu princípio era um artigo de luxo, onde somente uma porcentagem da sociedade, a elitizada tinha acesso a este meio. Atualmente este aparelho se democratizou, e exerce o papel de principal meio de comunicação utilizado no Planeta e principalmente no Brasil. Segundo a pesquisa Brasileira de Mídia realizada pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República realizada no ano de 2015, 95% da população brasileira assiste televisão de forma ativa. E grande parte deste público consome diariamente a informação somente por este meio. Ou seja, o aparelho que dissemina a informação, se disseminou perante a população.

3.1. O PRINCÍPIO DO MEIO

Criada por John L. Baird em 1920, que uniu peças eletrônicas e montou um protótipo do que mais tarde se tornaria a conhecida televisão. A primeira imagem satisfatória surgiu cinco anos depois da invenção de Baird. O russo Wladimir Zworykin também criou e patenteou seu protótipo que mais tarde evoluiria e desenvolveria o que ficou conhecido como o tubo da televisão, produzidos em escala industrial em 1945. No Brasil o responsável pela implantação deste meio na sociedade foi Assis Chateaubriand, com a criação da TV Tupi por volta de 1950. O visionário jornalista brasileiro importou mais de duzentos aparelhos televisores do exterior para a primeira transmissão da televisão brasileira. Posteriormente outras emissoras como a Rede Record, Bandeirantes e a Rede Globo surgiram no mercado. Até então as transmissões em todo o mundo e inclusive no Brasil eram em preto e branco, somente no ano de 1954 que os Estados Unidos desenvolveram a tecnologia de reproduzir imagens televisivas em cores. Porém só em

1972 que houve a primeira transmissão a cores de origem nacional. Até então as concessões dadas pelo Governo, eram somente para a veiculação de conteúdo em preto e branco, e após a mudança na lei que ocorreu em 1971, a tecnologia pode ser implantada.

A importância deste meio na história política e cultural de nosso país foi enaltecida a partir do golpe militar de 1964, assim como o rádio ganhou destaque no governo de Getúlio Vargas, as principais emissoras do país, inclusive a Rede Globo, fundada em 1965 por Roberto Marinho, em um período frágil da política, com censura e doutrinação, onde havia a facilidade em manipular notícias veiculadas. Hoje em dia esta emissora controla grande parte da comunicação nacional, em jornais, revistas, rádios, editoras, gravadoras e o seu meio mais forte conhecido, diversas emissoras de televisão.

O lema “Globo a gente se vê por aqui” chega a uma imensidão de lares sem a devida contestação do seu significado semântico e contextual, a emissora exerce hoje no Brasil “monopólio da fala” (SILVA. J.A.S.2015.) Ocorre no Brasil, o fato de que uma empresa de economia mista, deter mais de cinquenta por cento dos direitos de veiculação de conteúdo nacional. Onde desta forma, há um monopólio por parte da mesma, e um controle absoluto da comunicação. A Rede Globo exerce este poder, pois detém mais da metade das emissoras de televisão abertas e fechadas, assim se mantém presente diariamente em quase todos os domicílios do país. Em outros países do Mundo, como nos Estados Unidos, a média de telespectadores envolvidos se divide em diversos canais, dificultando assim o monopólio da informação, e desta forma oferece variedade a todo público, sem monopólio da informação.

3.2. INFORMAÇÃO NA TELEVISÃO

Pelo fato da grande maioria dos telespectadores se informarem por este meio, os mesmos ainda ficam cada vez mais expostos a ideologias jornalísticas e até mesmo a imparcialidade de determinadas emissoras em divulgar determinadas informações

cotidianas. Prejudica-se assim um desenvolvimento de senso crítico por parte da população, que absorve informações e as reproduzem da mesma forma como foi lidas, ouvidas ou assistidas na televisão. Um dos responsáveis pelo controle da informação na televisão, normalmente são os âncoras de grandes telejornais nacionais que reproduzem notícias diárias do país e do mundo. Porém a forma como estes profissionais se colocam, muitas vezes alteram gravemente o sentido da informação, isso ocorre propositalmente, pois muitas emissoras dependem de contratos comerciais com empresas e governos. Assim, se torna cada vez mais escasso a informação limpa e imparcial vinda de emissoras abertas.

Na televisão, a informação está mais suscetível a alteração dos sentidos e desta forma na alteração do contexto. Isso vai da forma como se dá o contato, e a forma como se recebe o conteúdo. Desta forma sendo suscetível a uma manipulação de conteúdo maquiada de opinião. Como Carlos Castilho citou no artigo online 'A manipulação de contextos na montagem de notícias' para o projeto Observatório da Imprensa:

A plataforma televisão é especialmente suscetível a induzir no telespectador percepções descontextualizadas porque o tempo de transmissão de uma notícia é muito curto e porque as imagens geralmente são apresentadas por um único ângulo (copo meio cheio ou meio vazio) simplificando a visão da realidade. A manipulação da imagem como notícia num telejornal provoca no telespectador reações mais emocionais do que as geradas pela leitura de um jornal ou revista, onde a postura é mais analítica, pela própria natureza do veículo ou plataforma de comunicação.(CASTILHO.C. 2016).

Em 1949 George Orwell lançava o livro 1984, o enredo do livro baseia-se em uma sociedade totalitária, onde recebiam regras e eram observadas por uma tela, chamada pela tradução de *Teletela*. A história é narrada pelo personagem Winston Smith, um funcionário do governo encarregado de manipular as notícias que não compactuassem com o regime, até se desiludir com a forma de pensamento do governo. O personagem sofre com a repressão do regime autoritário que o doutrina a viver sobre as regras do mesmo. Hoje em dia, regimes conservadores como a Coréia do Norte, manipulam grande parte das notícias veiculadas em seu país, pregando mentiras a população e exaltando o governo, de forma que cidadãos não tenham conhecimento de acontecimentos mundiais tanto históricos quanto atuais, condenando rigidamente desta forma, opositores do governo, como o personagem da obra de Orwell.

Em um período ainda de expansão da televisão, o autor já previa, mesmo que de forma inconsciente, uma sociedade na qual todos teriam uma tela em sua casa, na qual há a troca informações, e desapegada de toda e qualquer doutrina que não seja a ditada pela mesma. Hoje em dia, a televisão ganhou o mundo, e em quase todos os pontos do planeta, você tem acesso a este meio e sua informação. Atualmente as televisões já são equipadas com tecnologia de acesso a internet, desta forma podendo compartilhar dados a partir desta tela.

A televisão é sem dúvida, o veículo da era eletrônica que maior penetração já obteve, introduzindo-se em todas as casas, entre todas as pessoas, praticamente em todos os cantos do planeta. A televisão é hoje parte do cotidiano, parte do referencial de vida de quase todos os homens. Não se pode negar a evidência de um fato. E, se assim é, estudos vários, de natureza interdisciplinar, que observem recortes diversos, sociológicos, psicológicos, históricos, pedagógicos, linguísticos, entre outros, têm que ser incentivados. Tais estudos devem procurar dar conta, por exemplo, das relações entre um veículo novo e o homem, sobretudo quando tal veículo passa a ser parte integrante e integradora entre o sujeito e seu entorno sociocultural. (ROCCO, 1989, p.19).

A autora coloca o meio como parte do referencial de vida de quase todos os humanos, além de ser também fonte de discussões e pesquisas de natureza interdisciplinar onde englobam-se estudos sociológicos, psicológicos, históricos, pedagógicos e linguísticos. Desta forma, enaltece a importância da televisão como fonte de estudo, principalmente pelo seu conteúdo e a forma de o mesmo veiculado. A pensadora complementa ainda ao dizer que o veículo “passa a ser integrante e integradora entre o sujeito e seu entorno sociocultural”.(ROCCO, 1989, p. 20). Ou seja, a partir do momento em que o aparelho situa o meio, ele também se torna o meio.

3.3. PESQUISAS ATUAIS

A televisão é o meio de comunicação mais utilizado pelo público brasileiro atualmente. Segundo a pesquisa da Secretaria de Comunicação da Presidência da República do ano de 2015, 95% da população entrevistada são telespectadores ativos, sendo que destes 79% dos entrevistados usam a televisão como meio de informação. Sabe-se que no Brasil

a porcentagem de analfabetos totais(indivíduos que não sabem ler e escrever completamente) acima dos 15 anos é de mais de 13 milhões pessoas, e outros 47 milhões são analfabetos funcionais(indivíduos que reconhecem letras e números, porém não possui a capacidade de interpretação e realização de cálculos matemáticos básicos) segundo as pesquisas do IBGE e IBOPE realizadas entre os anos de 2010 e 2015, observa-se uma grande parcela da população que está sujeita da doutrinação midiática diariamente principalmente buscando informação na televisão.

Este perigo nos dias de hoje de certa forma pode ser contornado buscando informação em outros meios, e não só por um canal de informação, o que não é frequente da cultura do telespectador brasileiro. O outro lado é que pelo grande fluxo de informações veiculadas, já não se pode dar crédito intelectual a diversos meios. O jornalismo tendencioso quando observa o nível cultural e intelectual da população se aproveita e dissolve informações de todos os tipos, onde muitas vezes não se conclui uma interpretação sólida. O que também faz parte cultura brasileira é compartilhar com as pessoas de seu meio social, informações vistas em canais de comunicação, principalmente na televisão.

Hoje em dia existem diversas plataformas para o uso da televisão. Da mesma forma que *Smart Tvs* estão conectadas a internet, na rede também acessamos a mesma. Hoje celulares, tablets, computadores e outros aparelhos eletrônicos já sintonizam tanto com sinal via satélite, quanto via internet, esta, com a possibilidade de acesso a canais fechados. Porém a televisão convencional, tanto na plataforma aberta quanto a canais fechados, nos últimos meses está perdendo espaço para plataformas digitais de conteúdos como séries, novelas e filmes. Isto vem é resultado de um mau conteúdo nas plataformas atuais no qual determinado telespectador opta por pagar por este tipo de serviço para obter opções de entretenimento fora do convencional. Atualmente e futuramente diversos processos judiciais entre emissoras e empresas multinacionais que oferecem este serviço que é chamado de *Streaming*, estão em trâmite legal no país. As emissoras tentam condenar este tipo de serviço, enquanto o mesmo já é compartilhado e utilizado em todo o mundo, com alto índice de crescimento no mercado global.

4. CINEMA

Considerado por muitos pensadores como a sétima arte, o Cinema exerceu desde a sua criação, funções importantes em toda a História. A invenção de um aparelho no qual sequenciava imagens, e desta forma as dava movimento, foi desenvolvido pelos irmãos Lumière, e obteve um papel fundamental no desenvolvimento e comportamento humano através deste meio de comunicação. Desde os primórdios da invenção, o Cinema tem um aspecto único de enriquecer a imaginação das pessoas com a junção de sons e imagens, e mais ainda pela sedução nos discursos narrativos, sejam eles por parte de personagens em histórias, ou documentários informativos. Criada com fins científicos, logo se tornou um forte meio de entretenimento, no qual encantava multidões em todo o mundo. Com este apelo, líderes autoritários e visionários de todo o Planeta, buscaram neste meio uma forma de levar sua doutrina e até mesmo para fins comerciais. Desta forma, o que hoje é considerada uma das belas artes, nasceu como meio de pesquisa, se desenvolveu com um apelo político, e hoje se estendeu para diversas outras plataformas nas quais a tecnologia é a força motora e criativa deste meio.

4.1. O PRINCÍPIO DO CINEMA DOUTRINADOR

Além da televisão, outro meio de comunicação visual de extrema importância para a doutrinação da população, foi o Cinema. Apesar de hoje já não ser tão expressivo no cotidiano do cidadão, durante o Regime Nazista, foi um instrumento poderoso para doutrinar a ideologia de Hitler a todo povo alemão. Por meio de cenas manipuladas, e com alto índice de calúnias e promessas, a intenção do governo era convencer parte da população, normalmente a que não se encaixava no chamado Padrão Ariano, a buscar os campos de trabalho no qual o regime demonstrava em seus vídeos e filmes. Porém, o que as imagens transmitiam, era diferente de tudo o que acontecia nestes ambientes. Com baixa influência da economia alemã e o alto índice de pobreza e fome, não havia dificuldade em manipular cenas de campos de trabalho, nos quais por outro lado, eram absolutamente diferente do que se via nas cenas, iludindo um povo em busca de esperança financeira perante a crise. Hoje conhecido como Campo de Concentração, a

intenção do governo era obrigar o cidadão a trabalhar de forma forçada e posteriormente ser condenado a morte. Estes campos de extermínio humano deixaram uma marca sangrenta na história do cinema, pois foi a partir deste meio que houve a doutrinação e posteriormente levar a morte parte da população. Durante a Segunda Guerra Mundial, vários filmes foram lançados em todo o mundo, principalmente por nações ativas na Guerra. Além da Alemanha nazista, o ditador Benito Mussolini também usava o cinema como doutrinador político na Itália Fascista, ele via o instrumento como forma de aproximação de suas doutrinas a população.

No outro lado do conflito, países como Inglaterra e os Estados Unidos produziam ativamente obras cinematográficas com apelo patriota, servindo como propaganda de Guerra. O fim da Segunda Guerra mundial foi também o início da Guerra Fria, um momento de excitação ideológica em todo mundo, que também alterou toda a forma de fazer cinema ao redor do globo. Muitos dos países envolvidos controlavam todo o conteúdo cinematográfico reproduzido, os Estados Unidos censuraram diversos diretores suspeitos de apologia ao comunismo, o mesmo aconteceu na Europa Comunista. Grande parte dos filmes nesta época, pode-se observar um forte apelo nacionalista, seja de qual gênero fosse a produção. Um claro exemplo de um sucesso mundial de exibição durante a guerra fria, foi o filme Rocky – Um Lutador 4, onde o personagem principal Rocky Balboa, vivido por Sylvester Stallone, lutaria contra um pugilista russo, Ivan Drago, interpretado por Dolph Lundgren, em um duelo de boxe mortal em plena União Soviética. O filme demonstrava um explícito apelo nacionalista para os Estados Unidos, e também denegria a imagem do país contrário com cenas de Doping e Surrealismo. Este filme foi um grande exemplo de doutrinação ideológica por parte do governo norte americano explicitamente durante os anos oitenta. Sylvester Stallone também protagonizou outro herói americano simultaneamente a Rocky Balboa, o personagem Rambo, com uma série de filmes com forte apelo nacionalista.

4.2. O CINEMA NO BRASIL AUTORITÁRIO

No Brasil, Getúlio Vargas também foi responsável pela expansão do cinema nacional. Da mesma forma que no rádio, o ditador observou o cinema como forte aliado na doutrinação de sua ideologia. O Governo então regulamentou profissões ligadas ao cinema, que até então, era uma indústria deficitária, que carecia de atenção para sua expansão. Por conta disto, o Presidente Vargas foi apelidado como o Pai do Cinema Brasileiro. O governante tratava o cinema como um veículo de instrução e conquista de massas, engrandecendo a arte como a disciplina pedagógica mais perfeita para as massas. Inclusive entre os anos de 1937 a 1945, era expressamente proibido reproduzir qualquer material artístico que criticasse o governo, considerando crime com pena de exílio e até mesmo morte aos traidores do Governo.

Alguns filmes eram essencialmente nacionalistas. Exaltavam figuras históricas ou faziam apologia à política de Getúlio Vargas. Durante seu mandato, as atividades políticas de Vargas eram filmadas e as cenas eram transmitidas em cines-jornais e filmes curtos que destacavam as realizações do governo. Os filmes chegavam a ser exibidos em salas de cinema antes dos filmes em cartaz. (BIOGRAFIA WEBSITE MUSEU GETÚLIO VARGAS2013).

O mercado cinematográfico só ganhou destaque novamente na década de setenta, pois após o golpe militar de 1964, cineastas interrogaram-se sobre o futuro do meio no país durante o regime. Com diversas perseguições políticas e diversos conteúdos eram censurados pelo regime integrado. Surge assim o chamado “Cinema Marginal” inspirado na contracultura dos anos sessenta norte americana. Desta forma, cineastas rejeitavam as formas tradicionais de narrativa e produção cinematográfica, sendo assim principal meio de mensagens subliminares contra o regime.

5. INTERNET E PLATAFORMAS DE ACESSO À REDE

Nos dias de hoje, grande parte de nossa informação é trocada e compartilhada por meio da internet. Este meio é um sistema global de redes de computadores interligadas em um mesmo conjunto de protocolos, desta forma, todos os usuários podem trocar informações em qualquer ponto do mundo simultaneamente.

A internet moderna surgiu na década de oitenta, porém sua expansão no planeta se deu entre as décadas de noventa e o início dos anos dois mil. Hoje o Brasil, segundo o censo NIELSEN IBOPE 2014, conta com mais de 120 milhões de usuários ativos na internet, ou seja, mais da metade da população está conectada na rede. As pesquisas atuais também indicam que mais de cinquenta por cento dos domicílios brasileiros possuem conexão com a internet. São números que crescem de forma escalada ano após ano.

A internet é um ambiente que muitas vezes é considerado aberto pela maioria de seus usuários, estes aplicam suas informações pessoais nas redes, sendo que muitas empresas e organizações criminosas buscam cada dia mais, meios de acessar estas informações. A internet conhecida, é dividida em duas partes. A primeira é um conteúdo onde todos os usuários com seus navegadores padrões tem acesso a estas informações, esta rede é chamada de *Surface*. Porém existe a *Deep Web* que é onde se encontram a maioria das informações geradas na rede. Para acessar este tipo de conteúdo, é necessário navegadores e mecanismos de buscas específicos para adentrar a este polo rumo ao desconhecido. Ali se encontram informações, negociações e troca de mensagens que vão desde grupos criminosos ou terroristas, até mesmo a troca de informações entre Estados.

Na década de sessenta, o filósofo Marshall McLuhan(2002) já indicava o avanço em novas tecnologias que tendessem a encurtar as distâncias entre a troca de informações. O autor partiu de uma visão de mundo interligado, surgindo assim o termo “Aldeia Global”, pelo fato de todos estes estarem presentes em um mesmo ambiente, em qualquer lugar do planeta. Hoje após cinquenta anos passados a partir de sua teoria, o resultado é evidente, todos estão conectados a internet.

O termo “globalização” usado muito nos dias atuais para dirigir a forma como a expansão dos meios eletrônicos evoluíram, e como a internet conectou o mundo, está diretamente ligado ao conceito da “Aldeia Global” de McLuhan. Isso foi ocasionado pelo fato do

desenvolvimento dos meios de comunicação e transporte que conseqüentemente possibilitaram um fluxo maior de informações e pessoas.

5.1. A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS

Surgida na década de noventa, a plataforma Geocities é considerada a pioneira das redes sociais atuais. Nesta plataforma, os seus usuários tinham a possibilidade de criar páginas na web para fins pessoais e comerciais. O que anteriormente era voltado a criação de imagens públicas e profissionais no padrão de uma website, hoje se tornou uma ferramenta funcional, na qual todos os internautas podem se inscrever, compartilhar e divulgar suas devidas informações na internet. As redes sociais de hoje em dia, se tornaram ferramentas mais funcionais, seu princípio de utilização ainda é o mesmo, porém os meios são outros. Blogs e Vlogs que se tornaram ferramentas populares na internet logo no início do milênio, agora se tornaram uma coisa só, ou seja, se unificaram em uma mesma plataforma para os mesmos fins. Essa funcionalidade surgiu a partir de expectativas visionárias que compreenderam a forma de conexões entre as pessoas, dentro de um mesmo padrão. Assim captar informações pessoais e segmentar o conteúdo de acordo com cada indivíduo.

Atualmente pode-se assistir vídeos, publicar, comentar, compartilhar informações, de uma só vez, em apenas um local. Porém todo este conteúdo no qual é acessado, fica blindado em bancos de informações, de grandes corporações que utilizam disso para estudar o perfil de seus usuários.

É cada vez mais crescente o índice de pessoas conectadas a internet. Com isso, também cresce o número de internautas ativos dentro das redes sociais. Hoje em dia, diversos aparelhos eletrônicos móveis e fixos estabelecem uma conexão entre o mundo virtual e o mundo real simultaneamente. Desta forma, muitas pessoas acabam deixando parte de seu tempo, e suas vidas de lado para dar atenção a um perfil social online. Se está cada vez mais presente na vida do indivíduo, há também a preocupação de como estas redes modificam ou estabelecem algum padrão de comportamento em seus usuários. Como se

trata de um meio moderno, onde se destacou a pouco tempo, muitos estudos ainda não foram concluídos a respeito deste processo.

Segundo a pesquisa feita pelo Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação da Comunicação do Brasil do ano de 2014, 32,2 milhões de domicílios estão conectados via internet, isto é, mais da metade das casas de todo o país. Outro fator que interfere no uso deste meio, é a extensão dadas por aparelhos digitais para o acesso. O que anteriormente na maioria das vezes somente era possível o acesso a rede a partir de um computador, hoje grande parte dos aparelhos digitais estão conectados através de sua funcionalidade de alguma forma a internet. Somente no Brasil, segundo o mesmo censo, mais de oitenta milhões de pessoas acessam a rede através de celulares. E o restante das pessoas conectadas, através de outros meios.

Nota-se que grande parte dos internautas ativos, compartilham e divulgam inúmeras informações em suas redes, onde muitas destas, não tem procedências sólidas ou compromissadas com a verdade. Sendo assim, o indivíduo está sujeito a compartilhar conteúdos sem qualquer fundamento verídico e de cunho imparcial. Como já dito anteriormente, os meios de comunicação se adaptaram as novas funções dadas a celulares e outros aparelhos eletrônicos. Nestes dispositivos é possível ler jornais em diversos portais de informações, também pode-se escutar estações de rádio, ou assistir qualquer canal de televisão de todo o Mundo. Porém, muito do conteúdo presente em plataformas duvidosas também são compartilhados e tratados como verdades absolutas por seus usuários. Muitos destes pregados a ideologias, ou opiniões conservadoras. Desta forma, pode-se considerar este fato como um principio de alienação ou doutrinação que está presente e as vezes ocultadas em conteúdos nas redes sociais.

As redes sociais abrangem muito mais que seu papel de comunicação (sendo ela feita de forma pessoal ou profissional), agora ela toma forma de instrumento de incitação social. Dependendo de quem escreve, e não da verdade do que está sendo dito, no caso postado, ocorre uma chuva de 'curtidas', em sua grande maioria sem o menor discernimento do que realmente foi dito, muitos ensaiam comentários, como uma busca de um lugar ao sol. Apenas reforçando a ideia lançada, mas sem muito pensar, e muito menos criticar, no que realmente está concordando. (MEDEIROS, M. 2016.).

Atualmente o Brasil se encontra dividido ideologicamente por consequência de uma grave crise política. Uma parcela da população é contrária ao atual governo e outra é a favor. Desta forma, as redes sociais servem como fonte de diversas informações inverídicas e calúnias que são divulgadas diariamente para que se torne um “factoide” e assim gerar consequências desgastantes a ambos os lados políticos. Muitas vezes, a ideologia acaba sendo pragmatizada ao indivíduo, este não se preocupa em estar compromissado com a verdade, e assim cresce o intuito não de defender uma posição, mas atacar a ideologia oposta.

A alienação surge a partir do momento que o indivíduo fica indiferente aos acontecimentos da sociedade em que ele vive, as redes sociais em geral não possuem o caráter informativo de jornais, informativos, ou sites especializados. A partir do momento que o usuário tem como fonte de informações apenas as informações difundidas em redes sociais ele fica muito refém de opiniões já formuladas a partir de diversas óticas sobre determinado acontecimento, ou seja, a informação muitas vezes vem sem a sua essência que permita a construção de uma opinião própria transformando muitas vezes o internauta em uma “Maria vai com as outras. (PORTAL EDUCAÇÃO, 2013).

O texto acima, foi retirado do portal educação e exemplifica a forma com que as redes sociais doutrina ideologicamente seus usuários com informações sem procedência. Desta forma, o internauta se desapega de todo e qualquer senso crítico que o torna capacitado de argumentar a respeito de determinado tema, e apenas reproduz aquilo que leu, muitas vezes desconexo de qualquer fundamento verídico. O filósofo Umberto Eco durante um evento em Turim na Itália pouco antes de sua morte, disse que as redes sociais “dão direito a palavra a uma legião de imbecis”, apesar da profundidade que a frase causa, o autor foi mais fundo com sua posição, e ainda comparou a influência na rede de usuários comuns com a mesma de um vencedor do Prêmio Nobel. Ainda no mesmo evento o pensador acrescentou sobre a veracidade de conteúdos compartilhados na rede, para ele ninguém é capaz de identificar se um site é confiável ou não.

6. COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL: ANÁLISE A PARTIR DA IDENTIDADE VISUAL

O conteúdo deste capítulo tem o intuito de colocar em discussão e comparação a forma como o governo brasileiro atual e os modelos anteriores se comunicaram com a grande massa, fazendo uso de estratégias em sua Identidade Visual para persuadir e doutrinar o cidadão. O país, durante este ano de 2016, passa por uma transformação política e ideológica em relação à população, no geral, encontra-se dividida quanto ao governo e a seus devidos representantes. Este progresso divisório ideológico é consequência de um longo processo que se iniciou a partir das eleições nacionais ocorridas no ano de 2014, e que culminou na reeleição da então Presidente da República, Dilma Rousseff. Naquele ano, os resultados das urnas se deram por uma margem de menos de 4% entre os dois candidatos que disputavam o pleito no segundo turno, o Senador Aécio Neves, do Partido da Social Democracia Brasileira – PSDB, e Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores - PT. A partir de então, a oposição tem articulado campanhas e movimentos dos quais resultaram a abertura do processo de impeachment e a cassação do cargo da Líder de Estado, no último 31/08/16.

Após este processo, o Vice-Presidente da República, Michel Temer, assumiu, de forma efetiva, o cargo da Presidência da República. Nesse sentido, o discurso e a propaganda política desse novo governo se deram a partir de um conceito de unificação, vez que lhe restaram como que cacos de toda uma disputa acirrada, marcada pela acusação de traição deste último para com Rousseff, já então enfraquecida e desgastada.

Dessa forma, destacaremos, durante o presente capítulo, as formas, os meios e a linguagem utilizados por Temer, durante todo o processo de transição política e, também, a partir do momento em se afirma como Presidente do Brasil. Com isso utilizaremos os dados históricos já mencionados na primeira parte desta pesquisa, junto a uma análise resultante de discussões a respeito do momento atual.

Também analisamos modelos de comunicação de governos anteriores ao atual, para comparar a forma de comunicação, o público para quem se comunica e por que se comunica. Toda essa transformação federal se deu a partir de grandes movimentos que, alimentados por meio das redes sociais e matérias de destaque na mídia aberta, obtiveram grande destaque nesta mudança política. Através da internet, as ações eram

organizadas e cada dia mais se instauravam debates ideológicos nas redes. Isso culminou em uma divisão ideológica, na qual o Brasil se encontra hoje. Vale ressaltar que os resultados disto, proporcionalmente, acaba coincidindo com os números da última eleição presidencial e a com a votação para destituição do governo Dilma.

É interessante frisar que a análise é feita a partir da comunicação governamental, e não da publicidade partidária onde há também o intuito de doutrinação. Note-se, contudo, que tanto neste caso como naquele, a comunicação se dá a partir de uma intenção de sedução pelo discurso e por padrões ideológicos muito claros. É importante frisar que um partido político fala por si mesmo e responde pelo seu próprio discurso. Por outro lado, há que salientar que, partir do momento em qual se insere a informação anexada ao logo e a autoria do governo federal, os interesses são de todos os cidadãos e a responsabilidade é do Estado.

6.1 A DOCTRINAÇÃO POR MEIO DA IDENTIDADE VISUAL GOVERNAMENTAL

A presente análise de comunicação e informação inicia-se a partir do segundo governo do Presidente Luís Inácio Lula da Silva, mais precisamente no ano de 2006. O governo até então se mantinha com alta popularidade, tendo, como plano de marketing e governo, a diminuição da pobreza, através de programas sociais, financiados pelo governo federal. Dessa forma, a chapa composta por Lula e José Alencar deu continuidade, sem grandes percalços, ao mandato petista até o ano de 2010. É importante ressaltar que, no primeiro mandato, a intenção de comunicação era estender a proposta e intenção de governar a todos os cidadãos. O logo e slogan do governo federal determinavam um posicionamento ideológico dentro da proposta política como “Brasil: Um País de Todos”. Da imagem abaixo, podemos destacar, em sintonia com a visão de um governo plural, a utilização de várias cores (azul, vermelho, amarelo, rosa, verde, branco e preto). O conceito de diversidade (em todos os sentidos possíveis: sexual, racial, cultural, político, etc.) se fortalece quando a própria palavra “Brasil” tem cada uma de suas letras em cores diferenciadas. Por outro lado, a frase “um país de todos Governo Federal” aparece escrita toda na cor preta. Ora o preto, à exceção do branco, caracteriza-se por ser, justamente, a miscelânea a de todas as cores. Como se vê, é bastante claro: eis aqui um governo do povo para o povo; eis aqui um governo que respeita as peculiaridades de cada brasileiro.



Figura 01 - Fonte: Manual de identidade visual governamental (2007).

Durante o processo de reeleição da chapa Lula/Alencar, houve escândalos de corrupção ocorrida no Parlamento Nacional (Câmara e Senado), o chamado Mensalão. Muitos dos envolvidos eram protagonistas do Governo e atuavam e/ou estavam diretamente ligados ao então Presidente da República. O escândalo ocorreu entre os anos de 2005 e 2006, e desgastou a imagem política do governo, que, mesmo com a popularidade ameaçada, garantiu o resultado nas urnas.

Essa forma de comunicação e posicionamento do Governo durou até o ano de 2010, no qual houve a troca de governo, onde a mesma popularidade atingida pelo governo Lula na eleição anterior, elegeu sua sucessora no cargo, a ex-ministra da Casa Civil, Dilma Rousseff. Lula sempre utilizou uma imagem populista em seu governo. Direcionava sua linguagem e conquistas à grande massa das classes menos favorecidas. Mesmo com diversos desgastes políticos em seus dois mandatos, utilizou índices economicamente positivos detectados no Brasil para doutrinar e transmitir a imagem cada vez mais populista, tanto entre os pobres quanto os grandes empresários. Apesar de ser um governo de posições Socialistas, também chamados de esquerda, sucumbiu aos apelos econômicos dos grandes empresários e banqueiros, mesmo em meio a uma crise internacional. Isso se deu por meio da sedução da linguagem governamental, que resultou em sua popularidade, o que só demonstra o quanto as doutrinações por intermédio de seus feitos engrandeceram sua imagem e nome não só no país como em todo o planeta.

O governo Dilma Rousseff, apesar de manter grande parte das propostas políticas do governo anterior, buscou utilizar uma linguagem destinada às classes mais baixas. A primeira mulher eleita presidente da república estava disposta a dar continuidade à

intenção de governo do Chefe de Estado anterior. Diferentemente do governo anterior, que sustentou e camuflou os efeitos da crise internacional, os primeiros efeitos desta onda econômica negativa começaram a desgastar a popularidade da Presidente eleita, logo em seu início de mandato, e as consequências dos investimentos desenfreados dos planos de governos anteriores trouxeram resultados negativos para a imagem do governo. O plano foi lançar uma identidade visual diagramada com um forte posicionamento ideológico governamental. O escolhido foi Brasil: “País rico é país sem pobreza”



Figura 02 - Fonte: Oglobo.Globo.com/política (2011)

A intenção do governo, ao se comunicar desta forma, era transmitir a imagem de que a proposta de governar as classes baixas, ou seja, reduzir a miséria e a pobreza estava além das propostas para as grandes corporações. Estas, por efeito da crise internacional e do *déficit* econômico do país, mostravam grande insatisfação com o governo. A linguagem por parte do Estado, então, foi direcionada e segmentada a um só público desta vez, com o intuito de agregar apoio por meio desta doutrinação em seu plano de governo e posicionamento, a fim de garantir uma reeleição, mesmo sabendo que não haveria apoio dos grandes empresários e instituições. A comunicação e doutrinação resultaram em um resultado positivo ao governo nas urnas. Porém o desgaste da elite que, naquele momento, já sentia, de forma direta, os efeitos da crise internacional com altos juros e impostos, sem contar recessão econômica nacional, influenciou diversos movimentos contrários à política do governo. Francisco Torquato tratou da comunicação governamental como uma necessidade social para a sustentação de poder, o que foi de extrema importância para a segunda eleição de Dilma Rousseff ao cargo de Presidente da República.

A comunicação governamental é uma necessidade social, mais que uma infraestrutura de sustentação do Poder. Por sua rede, os segmentos sociais tomam conhecimento do que se passa, nos diversos setores do Governo e, por seu intermédio, transmitem aos governantes suas expectativas e desejos. (TORQUATO,1985, p.44).

A força que os movimentos contrários à política de governo da Presidente Dilma Rousseff resultaram em uma acirrada disputa pelo cargo entre a então líder de Estado e o Senador da República, o candidato Aécio Neves, do PSDB. A internet foi fundamental nessa eleição, pois ambos os lados se atacaram diretamente a partir das redes sociais. Como citado nos capítulos anteriores, a grande rede é um meio detém grande parte da informação acessada pelos cidadãos brasileiros. O pleito eleitoral Dilma / Aécio também foi marcado por farsas noticiadas e a não procedência das informações, e, junto a tudo isso, a limitação intelectual por grande parte da população. Por conta de todos esses fatos, a veiculação de farsas e notícias tendenciosas que circularam nesse período, foi fundamental para dividir a população ideologicamente, influenciando, decisivamente, nos resultados apurados. Tornou-se explícita a divisão ideológica baseada nos números da eleição. Segundo o Tribunal Superior Eleitoral - TSE, a margem resultante entre os dois candidatos nas urnas foi de 3,2 percentuais, dando a vitória e reeleição à Presidente Dilma.

A continuação do governo resultou em uma mudança de comunicação e posicionamento para, justamente, garantir e solidificar os ideais do mesmo perante a população de baixa renda. Dando ênfase as conquistas e programas sociais, o governo criou uma nova identidade que comunicasse diretamente com o seu público-alvo, o slogan “Brasil: Pátria Educadora”.



Figura 03 - Fonte: Fundaçãotelefonica.org.br(2015)

Utilizando-se das mesmas cores e tipologia, o novo logotipo apenas trazia consigo a mudança no slogan. As intenções centrais das propostas políticas do governo era tratar a educação como a “prioridade das prioridades”, durante todo este novo mandato, como a própria Presidente Dilma citou em seu primeiro discurso após a posse.

Antes destas eleições se desencadeou na Justiça Federal do Paraná, uma operação que investigaria atos ilícitos de corrupção e lavagem de dinheiro em instituições federais, principalmente na Petrobras. A Operação conhecida como Lava Jato, explicitou a investigação de vários agentes e pessoas influentes ligados ao governo e principalmente a então Presidente da República Dilma Rousseff, que também chefiou a estatal por diversos anos, atuando na Diretoria e, posteriormente, no Ministério de Minas e Energia, entre 2003 e 2005. Diversos protagonistas do governo estavam envolvidos e eram condenados, desgastando ainda mais a imagem política da representante e de sua equipe. Após a operação Lava Jato deflagrar o chamado maior esquema de corrupção de âmbito nacional e internacional no país, a população, já então doutrinação pelas grandes mídias e pelo forte apelo nas redes sociais, saiu às ruas, conclamando a deposição ou cassação da Presidente da República. A partir deste momento e do forte apelo midiático, o governo Dilma Rousseff trilharia um profundo debate com os parlamentares contrários e lideranças partidárias, que até então eram aliadas ao seu governo.

Após forte apelo midiático e a pressão da população que apelava nas ruas em busca de mudanças no governo, o Parlamento Nacional abre o chamado Processo de Impeachment, que culminaria com o impedimento de Dilma Rousseff no cargo de Presidente da República. O intenso apelo da mídia impressa, com posições contrárias ao governo de então, da televisão e, principalmente, a participação ativa da sociedade nas redes sociais, travaram um debate ideológico. Com os ânimos acirrados, passou-se para as agressões verbais, físicas, que foram fundamentais para a conclusão desse processo.

No dia 12 de maio de 2016, o Vice-Presidente da República, Michel Temer, foi empossado, de forma interina, no cargo de Chefe de Estado Brasileiro. Mas foi no dia 31 de agosto de 2016, após a conclusão e decisão final do Parlamento Nacional, que Temer assumiu o mandato de forma efetiva. Durante seu governo interino, sua equipe arquitetou a nova comunicação e a identidade visual do governo federal, composta pelo logotipo no qual estão presentes partes da bandeira nacional e o brado característico à mesma, como slogan de seu governo “Brasil: Ordem e Progresso”.



Figura 04 - Fonte: Politica.estadao.com.br(2016)

O governo mesmo depois de se solidificar como legítimo aposta no quesito “Mandato Transitório”. A exemplo de Itamar Franco, Temer acena pela utilização de certas medidas impopulares, reajustes fiscais e dentre outras manobras no âmbito político a contragosto da população. Para isso, propôs unificação entre as ideologias políticas que se encontram divididas, tanto no Parlamento Nacional, quanto em todo país. Porém, essa imagem do governo Michel Temer começou já desgastada, justamente pelo fato de ter de exercer determinadas medidas não populares, e desta forma, necessitar se comunicar com o povo de maneira mais contundente que a de sua antecessora, a fim de obter melhor aceitação das massas, mesmo em um desencontro Político/Econômico entre o seu discurso e a aceitação da sociedade. Para buscar convencimento da população do ideal deste modelo proposto pelo novo Presidente, o Governo Temer utiliza-se da sedução para uma persuasão através da linguagem de como o governo e seus protagonistas se comunicam nos meios de divulgação em massa. Gilberto Dimenstein deixou isso claro em sua obra ‘As armadilhas do poder – Os bastidores da imprensa’.

A informação é uma arma na guerra de sobrevivência política. Quem sabe mais pode mais. Ou perde menos. Quem ilude mais também ganha mais – pelo menos temporariamente. O sonho dos homens que mexem com o poder é serem considerados impecáveis e infalíveis diante da opinião pública. Não apenas por vaidade, mas pela necessidade de sobrevivência – sem um mínimo de apoio ninguém se sustenta em seu cargo.(DIMENSTEIN, 1990, p. 29).

A forma como o governo se posiciona nesta imagem de unificação proposta, muitas vezes diverge de ideais tanto de um lado quanto do outro. Os partidos nos quais atuaram para a

destituição do governo Dilma, muitas vezes são contrários a certas medidas que podem afetar seu eleitorado, o mesmo ocorre com os contrários ao processo que culminou a queda da Presidente. Desta forma, o governo utiliza-se de canais midiáticos para propagar sua mensagem, e assim criar condições para que os partidos apoiem certas medidas. Assim, utiliza-se de uma doutrinação através da mensagem para o convencimento da grande massa que mesmo que impopulares, estas medidas são necessárias. Parte do transmitido obtém conteúdos maquiados, através do discurso para uma persuasão com melhor aceitação, e até mesmo pouco entendimento da grande massa, que muitas vezes sairia prejudicada por estas, que o governo tenta camuflar. Isso tem um forte apelo doutrinador que resulta em influencia por determinados indivíduos sem conhecimento do que está sendo discutido.

Naturalmente também que o slogan “Ordem e Progresso” dialoga com o slogan “Brasil: um país de todos”. Isso se dá justamente porque, como um governo que veio, em tese, salvar a Pátria, pressupõe que tal salvação se dê pela instauração da ordem, para que, e só assim, ocorra o progresso. Além disso, a ênfase num dos símbolos cívicos do Estado (a bandeira nacional)– com nítidas reminiscências ao período ditatorial–, não deixa de, implicitamente, afirmar, ainda que nas entrelinhas, que até então não havia organização. Temer está aí para fazê-lo, já que, conforme ele mesmo tem propalado aos quatro ventos, não possui ambições eleitorais.

O discurso do atual Presidente da Nação e suas ações renderiam uma análise para outro trabalho...

7. CONCLUSÃO

A divisão ideológica em que o país se encontra atualmente é apenas um reflexo do poder em que a mídia exerce no ser humano. Estes meios de comunicação citados em todo o trabalho e principalmente os mais atuais que junto a televisão foram fundamentais para dar início a este conflito. Por meio da internet, mais precisamente nas redes sociais, a sociedade se movimentou e alimentou movimentos que foram fundamentais na condução política do país. Com isso observamos os meios de comunicação que em toda história obtiveram seu destaque e importância, hoje, mesmo com novas funções, principalmente com a interação dos usuários, ainda é uma arma efetiva na doutrinação ideológica de toda a população, influenciando diretamente o pensamento dos indivíduos e por consequência o comportamento dos mesmos.

Observamos que não só as instituições governamentais, mas também grandes corporações de diversos segmentos e principalmente do âmbito midiático, interferem e se aproveitam da exposição e muitas vezes pouca capacidade intelectual da população para suprir seus próprios interesses. Onde destina-se estes interesses para um controle de mercado, ou de informação e principalmente para influencia de consumo. Isto acompanha o perigo da informação compartilhada em escala e a falta de procedência servem muitas vezes como apela ideológico, de forma que conturbar os fatos para uma confusão por parte da população. Esta estratégia é cada vez mais crescente nos novos meios de comunicação e troca de dados, e tem consequências desastrosas a curto e longo prazo a toda sociedade.

Utilizamos de referências publicitárias para complementar o pensamento deste trabalho, no qual aplica-se a doutrinação e a persuasão governamental a partir de sua identidade visual e posicionamento político. Isto hoje em dia é fundamental para a sustentação do poder e a continuidade do controle político como vimos no capítulo anterior. E muitas vezes esta forma de comunicação passa-se despercebida pela grande massa, transparece muito do intuito e dos supostos planos de governo, interligados com as posições políticas e imagem de seus representantes, principalmente na gestão atual.

REFERÊNCIAS

- ABERT-ORG. **79% dos brasileiros assistem TV para se informar.** Disponível em: <<http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/24314-79-dos-brasileiros-assistem-tv-para-se-informar>> Acesso em: 15 Jun.2016
- ABERT-ORG. **Brasileiros ouvem mais rádio pela manhã em busca de notícias.** Disponível em <<http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/24313-brasileiros-ouvem-mais-radio-pela-manha-em-busca-de-noticia>> Acesso em: 25 Jul. 2016.
- AQUINO, M. **A importância do rádio na construção da imagem.** Disponível em: <<http://www.overmundo.com.br/overblog/a-importancia-do-radio-na-construcao-da-imagem/>> Acesso em 25 Jul. 2016.
- BELLARD.H. **História do Rádio.** Disponível em:<http://musikcity.mus.br/historia_do_radio.htm> Acesso em: 25 JUL. 2016
- CAMARGO. C. **“História da televisão”.** Disponível em <<http://www.tecmundo.com.br/projetor/2397-historia-da-televisao.htm> >. Acesso em: 01 AGO. 2016.
- DIÁLOGOS-HISTÓRICOS. **O rádio e a era Vargas.** Disponível em: <<https://dialogoshistoricos.wordpress.com/historia/o-radio-e-a-era-vargas/>> Acesso em: 20 Jun. 2016.
- DIMENSTEIN. G. **As armadilhas do poder: bastidores da imprensa.** São Paulo: Summus, 1990.
- G1-BRASIL. **Censo aponta 190,7 milhões de brasileiros em 2010.** Disponível em <<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2010/11/censo-aponta-1907-milhoes-de-brasileiros-em-2010.html>> Acesso em: 10 Jun. 2016.
- GOMES, Elton. **Pela 1 vez acesso a internet chega 50% das casas no Brasil.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/09/pela-1-vez-acesso-internet-chega-50-das-casas-no-brasil-diz-pesquisa.html>> Acesso em: 22 Jul. 2016.
- LADEIRA. F. F. **A mídia realmente tem o poder de manipular as pessoas?** Disponível em: < <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/a-midia-realmente-tem->

o-poder-de-manipular-as-pessoas/ >. Acesso em: 25 JUL. 2016.

MCLUHAN. M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2002.

MEDEIROS, M. **Redes Sociais: objeto de expressão, incitação e alienação**. Disponível em: <http://www.mimosoinfoco.com.br/noticiario/cronica-michelle-medeiros-redes-sociais-objeto-de-expressao-incitacao-e-alienacao/> Acesso em : 01 AGO. 2016.

MUSEU-GETÚLIO-VARGAS. **O cinema nacional na era Vargas**. Disponível em: < <http://historiaviva.aessul.com.br/blog/historia-viva/o-cinema-nacional-na-era-vargas/> >. Acesso em: 20 JUL. 2016.

OCHABA. S. **Hitler controlava a imprensa falada**. Disponível em: <http://www.dw.com/pt/1933-hitler-controlava-a-imprensa-falada/a-871190> Acesso em: 25 jul. 2016

ORTRIWANO.G. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

PINTO, Tales Dos Santos. **"Breve História da televisão"**; Brasil Escola. Disponível em < <http://brasilecola.uol.com.br/historiag/breve-historia-televisao.htm> >. Acesso em 09 de agosto de 2016.

PORTAL-EDUCAÇÃO. **Alienação nas redes sociais; seja mais crítico no ciberespaço**. Disponível em: <http://www.portaleducacao.com.br/informatica/artigos/48367/alienacao-nas-redes-sociais-seja-mais-critico-no-ciberespaco>> Acesso em: 28 JUL. 2016.

PROFISSÃO-REPÓRTER. **Brasil tem 13 milhões de analfabetos**. Disponível em <<http://g1.globo.com/profissao-reporter/noticia/2015/07/brasil-tem-13-milhoes-de-analfabetos.html> > Acesso em: 12 Jun. 2016.

PROP-MARK. **Ibope Media mostra que 89% dos brasileiros ouvem rádio em 13 regiões metropolitanas do país**. Disponível em: <<http://propmark.com.br/midia/ibope-media-mostra-que-89-dos-brasileiros-ouvem-radio>> Acesso em: 15 Jul. 2016.

REVISTA-W. **Número de pessoas com acesso a internet no Brasil supera 120 milhões**. Disponível em: <http://revistaw.com.br/numero-de-pessoas-com-acesso-a-internet-no-brasil-supera-120-milhoes/> Acesso em: 01 Ago. 2016.

RIBEIRO. J. **Política: Quem manda, por que manda, como manda.** Rio de Janeiro: Nova fronteira, 1981.

ROCCO, M.T.F. **Linguagem Autoritária – Televisão e Persuasão.** São Paulo: Brasiliense, 1989.

SILVA. J.A. **Manipulação e poder: os alicerces de sustentação do império nacional de televisão.** Disponível em: <<http://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/brasil/manipulacao-poder-os-alicerces-sustentacao-imperio.htm>>. Acesso em: 20 JUL. 2016

TODOS-PELA-EDUCAÇÃO-DIÁRIO-CUIABA. **Opinião: Analfabetismo Funcional.** Disponível em: <<http://www.todospelaeducacao.org.br/educacao-na-midia/indice/29520/opiniao-analfabetismo-funcional/>> Acesso em: 03 Ago. 2016.

UOL-NOTÍCIAS. **Umberto Eco discursa em Turim.** Disponível em : <<http://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/ansa/2015/06/11/redes-sociais-deram-voz-a-legiao-de-imbecis-diz-umberto-eco.jhtm>> Acesso em: 10 Jul. 2016.

MANUAL-IDENTIDADE-VISUAL-GOVERNAMENTAL-2007. **Logotipo Brasil: Um país de todos.** Disponível em: <<http://www.ifrs.edu.br/site/midias/arquivos/2010418103110625anexoii.pdf>> Acesso em 5 Ago. 2016.

OGLOBO-GLOBO. **Logo e Slogan Brasil: País rico é país sem pobreza.** Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/politica/dilma-lanca-nova-marca-do-governo-brasil-pais-ricopais-sem-pobreza-2826411>> Acesso em 5 Ago. 2016.

FUNDAÇÃO-TELEFONICA. **Logo e Slogan Brasil: Pátria Educadora.** Disponível em: <<http://fundacaotelefonica.org.br/promenino-noticias/quais-os-desafios-da-patria-educadora-novo-slogan-do-governo-federal/2015>> Acesso em 5 Ago. 2016.

ESTADÃO-POLÍTICA. **Logo e Slogan Brasil: Ordem e Progresso.** Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,governo-federal-ordem-e-progresso-sera-o-slogan-do-governo-temer,10000050764>> 2016> Acesso em 5 Jul. 2016.

RTP-NOTÍCIAS. **Opinião jornalismo citação Hearst.** Disponível em: <http://www.rtp.pt/noticias/opiniao/antonio-esteves/jornalistas-e-jornaleiros_931418> Acesso em 10 Jul. 2016.

CASTILHO. C. **Manipulação de contexto na montagem de notícias.** Disponível em: [<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/a-manipulacao-de-contextos-na-montagem-de-noticias/>](http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/a-manipulacao-de-contextos-na-montagem-de-noticias/) Acesso em 10 Jul. 2016.