

TERÇA-FEIRA 13: BARRIGA NA WEB - UMA LEITURA DE PROPAGANDA IDEOLÓGICA SOBRE A MORTE DE MÁRIO COVAS NA MÍDIA

**Adolpho Queiróz; Ezequiel Ribeiro dos Santos; Maria Auxiliadora Mendes do
Nascimento; Maria Clécia Bento de Oliveira; Maurício Romanini; Paulo César
D’Elboux; Rosângela Marçolla**

Instituição: Universidade Metodista de São Paulo - UMESP

***RESUMO** - Este trabalho é resultado de uma verificação empírica, como desdobramento do Curso de “Comunicação e Marketing Político” no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, realizada no período de 13 a 28 de fevereiro de 2001 e de primeiro a 7 de março de 2001, dias em que o jornal Folha de S. Paulo, as revistas Veja e Isto É e a Internet dedicaram espaço jornalístico para a cobertura da doença do então governador de São Paulo, Mário Covas, até a sua morte. O objeto de estudo é o tratamento dado ao fato pela mídia, além de focar a “barriga” cometida pelo provedor Universo On Line, que noticiou no dia 13 de fevereiro de 2001 a morte de Mário Covas, sendo que ela só ocorreu dias depois; analisou-se, ainda, os gêneros jornalísticos adotados pelos veículos, bem como a quantidade de informação e apelo emocional veiculado, além das marcas ideológicas utilizadas.*

Palavras-chave: Mário Covas, Mídia Impressa, Propaganda Ideológica

INTRODUÇÃO

“Estou administrando a minha morte”. Essa foi uma frase que caiu como fato consumado para a mídia, que aguardava para noticiar a morte do ex-governador Mário Covas, um dos políticos mais intransigentes e controvertidos da história do Estado de São Paulo. Os jornalistas aguardavam ansiosamente para dar a notícia final, que o próprio ex-governador antecipara – não havia mais dúvida, era o fim!

A ânsia era tanta, que as matérias já estavam prontas e, em 13 de fevereiro do ano de 200, por deslize, o provedor *Universo On Line*, cometeu uma “barriga” e de forma precipitada e sensacionalista antecipou a morte de Mário de Covas, que só ocorreria 21 dias depois. Considerando-se que a Internet é um dos veículos mais utilizados na comunicação, no momento, essa gafe é imperdoável, pois denota falta de ética e de respeito com o usuário, bem como com os familiares e amigos do então governador.

“Mário Covas morre aos 70 anos em SP”

Manchete veiculada pelo provedor Universo On Line na terça-feira 13 de fevereiro e publicada pela revista Isto É/1639-28/2/2001 na Coluna A SEMANA, box Imprensa.

Nenhuma notícia deve ser veiculada, sem que antes tenha sido devidamente verificada sua autenticidade, pois um ato impensado pode colocar em dúvida a credibilidade do veículo emissor, neste caso o *Universo On Line*.

A discussão sobre a postura jornalística suscitou o tema dessa investigação: *terça-feira 13, barriga na Web: uma leitura de propaganda ideológica sobre a morte de Mário Covas na mídia*, no sentido de analisar, sob o ponto de vista da propaganda ideológica, a quantidade de informação (reportagens, matérias, notas, fotos, ilustrações, tabelas, editoriais, artigos e cartas à redação) publicada pela mídia, aqui representada pelo jornal *Folha de S. Paulo* e *Internet*, entre os dias 24 de fevereiro e 7 de março de 2001 e revistas *Veja* e *Isto É*, publicadas nas semanas de 25 de fevereiro e 4 de março de 2001.

O artigo mostra, ainda, o aumento paulatino na quantidade de informação, bem como o forte apelo emocional das matérias publicadas com a aproximação da morte do ex-governador Mário Covas, a partir da data da sua internação, quando foi levado de Bertioga (litoral paulista) para o Instituto do Coração, em São Paulo.

Covas atinge pior estado desde sua internação.

O governador licenciado de São Paulo, Mário Covas, perdeu a consciência, não responde a estímulos e sofre convulsões, segundo boletim médico divulgado às 11h30 de ontem. Para os médicos, o estado clínico do governador, já gravíssimo, é “pior desde a sua internação” no Incor, no dia 25. A equipe médica admitiu não ter recurso para combater o

câncer em Covas. “A doença está vencendo”, disse o urologista Sami Arap. (Matéria de capa divulgada pelo jornal Folha de S. Paulo no dia 6 de março de 2001).

Notícias sobre a doença e a morte de Mário Covas na mídia de São Paulo, que é o objeto dessa pesquisa, mais especificamente o jornal *Folha de S. Paulo*, um dos veículos aqui analisados, inclusive nos editoriais que delineou, com generosidade de adjetivos, o perfil do cidadão, que sonhou ser presidente do Santos F.C., mas se tornou político; foi cassado pelo AI-5, elegeu-se senador pelo PMDB com votação recorde; fundou o PSDB, ao qual manteve-se fiel até sua morte. Governou um dos maiores estados da Federação, eleito pelo voto direto e reeleito posteriormente, apesar de ser um homem de idéias e atitudes controvertidas.

As idéias acima expostas estão analisadas e demonstradas no corpo deste artigo, a partir da compreensão da comunicação humana, que envolve um processo de persuasão, Aristóteles (*apud* Berlo, 1991:7-8) definiu a retórica como “*todos os meios disponíveis de persuasão. A tentativa de levar outras pessoas a adotarem o ponto de vista de quem fala*”. A mídia impressa trabalha com esse instrumento, por isso lida com a ideologia, compreendida como um conjunto de idéias geradas por grupos dominantes, ou seus agentes, com a finalidade de persuadir e motivar o receptor a agir de determinada maneira.

Optou-se, então, por verificar como a propaganda ideológica esteve presente na mídia impressa, durante dez dias - oito dias da doença de Mário Covas, o dia da morte e o dia do enterro. Foram analisadas as notícias divulgadas por veículos de comunicação tradicionais formadores de opinião: o jornal *Folha de S. Paulo*, a Revista *Veja*, a *Isto é* e Internet. Analisou-se o espaço de notícias dispensado à doença e morte do então governador de São Paulo e a evolução da reação emocional do povo, diante das notícias divulgadas.

A relevância deste artigo está no campo de estudo que a propaganda política e ideológica vem conquistando, como se pode comprovar pelo número de trabalhos de pós-graduação que a ele se dirigem; objetiva-se, assim, contribuir com esses estudos.

1. METODOLOGIA

1.1 - Justificativa

Embora a morte do então governador Mário Covas fosse esperada e, antes da sua última internação, pré-anunciada pela imprensa, por médicos e por ele mesmo, a última

semana que antecedeu a sua morte, foi pauta e manchete de todos os jornais brasileiros, mais especificamente os de São Paulo.

Considerando que a propaganda política ideológica tem ocupado espaço considerável na mídia, optou-se por selecionar as notícias sobre sua doença e morte do ex-governador Mário Covas, devido à expressão política do personagem e da reação que provocou na sociedade.

1.2 – Métodos

A abordagem da pesquisa foi quantitativa e qualitativa, utilizando os métodos bibliográfico e estatístico.

1.3 – Técnicas

As técnicas utilizadas foram a de pesquisa bibliográfica (jornais, revistas e Internet).

1.4 – Fundamentação teórica

A fundamentação teórica sobre a propaganda ideológica teve por base os conceitos de Garcia⁽¹⁾ (1982), que discute um parâmetro importante: a função ideológica da propaganda e manipulação. Desta forma, observou-se o objeto de pesquisa, considerando-se o poder de manipulação da mídia sobre o fato abordado:

“A Propaganda Ideológica na sua função de formar a maior parte das idéias e convicções dos indivíduos, orientando-os no seu comportamento social”.

“ O controle ideológico no que se refere à compreensão de todas as formas utilizadas para que determinados indivíduos e grupos não tenham condições de perceber sua realidade, e assim, impedidos de formar sua própria opinião. Os indivíduos e grupos só podem adquirir consciência de suas reais condições de vida sob duas situações, das quais uma é a observação direta do meio em que vivem e a outra através das informações obtidas de outros (pessoalmente ou pelos meios de comunicação) ”.

“A difusão utilizada pela propaganda ideológica como sistema de controle, permite disseminar de forma persuasiva, para toda a sociedade, as idéias de determinado grupo. Isso quer dizer que depois de emitidas através dos diversos meios de comunicação, elas passam a ser retransmitidas, direta ou indiretamente, no seio das diversas instituições sociais”.

1.5 - Procedimentos

1.5.1 - Após o levantamento das notícias, formando um dossiê, realizamos a análise de conteúdo. Segundo Darrobers e Lê Pottier (1998: 48): *“os dossiês reúnem uma seleção de*

artigos de jornais e revistas de informação geral referente a um mesmo assunto. Existem vários tipos que podem ser classificados a partir do uso dos modos de publicação”.

1.5.2 – Após a coleta de dados, esses foram sistematizados, categorizados e analisados, para a separação e medição das reportagens, matérias, notas, fotos, ilustrações, tabelas, editoriais, artigos e cartas à redação, sobre o comprometido estado de saúde do então governador Mário Covas, precedida de morte e enterro, na cidade de Santos, em São Paulo.

1.5.3 – Após essa categorização e seleção, os dados foram quantificados e analisados estatisticamente.

1.5.4 - Medição e conversão em percentagem em centímetros por coluna, discussão geral do material recolhido, leitura e produção final do texto.

Para compreender a dimensão da cobertura da mídia sobre esse fato em estudo observaram-se os seguintes critérios: escolha dos dias dos jornais, pesquisa na Internet, semanas em que as revistas publicaram o material, produção de *clipping* com objetivo de facilitar a leitura e manuseio do material.

1.5.5 – Elaboração final do texto para apresentação da sistematização dos resultados.

Os resultados identificados permitem reconhecer que as informações conduzidas pela mídia, despertam curiosidade para a compreensão das relações entre o poder e a imprensa e a dimensão dos meios de comunicação de massa como fonte de manipulação.

1.6 - Amostra

Determinou-se como amostra dez edições do jornal *Folha de S. Paulo* (compreendendo os períodos de 26 a 28 de fevereiro e, de primeiro a 7 de março de 2001); notícias veiculadas na *Internet* no mesmo período e, ainda, duas edições das revistas *Veja* e *Isto É* dos dias 7 e 14 de março do ano de 2001.

2. HISTÓRICO DA MÍDIA

A partir da mensagem veiculada na Internet, via *Universo On Line* o artigo “*terça-feira 13 “barriga” WEB: uma leitura de propaganda ideológica sobre a morte de Mário Covas na mídia*”, demandou uma pesquisa empírica analisando três dos principais veículos de comunicação da imprensa brasileira: as revistas *Veja* e *Isto É*, o jornal *Folha de S. Paulo* e além da *Internet*.

2.1 – Revista Veja

A revista *Veja*, editada pela Editora Abril, foi criada em 1968, com uma fórmula editorial baseada no jornalismo investigativo independente, trabalhando com informações de interesse público, apoiado pelo DEDOC – Departamento de Documentação, que dá suporte à redação, fato esse que explica matérias bem fundamentadas e elucidativas.

Nessa linha editorial, *Veja* marca presença nos principais fatos da história política, econômica e social do Brasil, conquistando credibilidade, representatividade e respeito, junto à sociedade. O semanário tornou-se a maior revista de circulação nacional e a quarta do mundo, superada apenas pelas americanas *Time*, *Newsweek* e *U.S.News*.

2.2 – Revista Isto É

A revista *Isto É* foi fundada em maio de 1976 pelo Grupo de Comunicação Três do empresário Domingo Alzugaray. Posteriormente passou a ser administrada pela Caminho Editorial, em seguida pela Gazeta Mercantil e retornou às mãos da Editora Três. Dona de uma linha editorial ampla, ganha em credibilidade quando os artigos são assinados.

2.3 – Folha de S. Paulo

O jornal Folha de S. Paulo, administrado desde 1960 pela família Frias, passou por algumas alterações na sua linha editorial, atualmente seu *slogan* é: “*um jornal de causas*”, que se baseia na independência jornalística. Sua linha política-editorial está em sinergia com os interesses da classe média.

O Banco de Dados é um acervo jornalístico que contém mais de oito décadas de história do Brasil e seu objetivo é dar suporte aos jornalistas do Grupo Folha na elaboração de pesquisas, dossiês, cronologias e biografias, bem como na recuperação de reportagens e fotos já publicadas. Além da coleção da Folha, desde 1921, o acervo do Banco de Dados possuiu mais de 1000 pastas temáticas com recortes dos principais jornais e revistas do país e mais de 20 milhões de fotos em arquivos físicos e digitais, também dispõe de uma biblioteca com 14 mil volumes, entre livros, almanaques, enciclopédias, revistas, e Cd-rom.

2.4 - Internet

O mundo atual é de comunicação rápida, provocada pelas necessidades emergentes e geração simultâneas de informações. Esse processo é possível, como resultado da aceleração tecnológica, o que transforma a notícia presente, rapidamente em passado. Assim o fluxo de informações tem de ser contínuo, para que seja eficaz.

O nosso artigo baseou-se nas versões *On Line* dos próprios veículos pesquisados, além, de consultar o UOL e o site do PSDB.

3. Os gêneros jornalísticos

3.1 - Folha de S. Paulo

De acordo com Marques Melo (1978), podemos identificar vários gêneros na mídia escrita, dependendo da forma e do objetivo. No jornal Folha de São Paulo identificamos nove gêneros: *reportagens, matérias, notas, fotos, ilustrações, tabelas, editoriais, artigos e cartas à redação*.

Neste artigo os gêneros utilizados foram reportagens, matérias, fotos e editoriais, além de alguns artigos assinados.

3.2 – Revista Veja

A Revista Veja, também, utiliza-se de *reportagens, matérias, notas, fotos, ilustrações, tabelas, editoriais, artigos e cartas à redação*. Mas nesse artigo foram selecionadas matérias, reportagens, fotos e artigos.

3.3 – Revista Isto É

A Revista Isto é, tendo o mesmo modelo da revista Veja, apresenta, também, *reportagens, matérias, notas, fotos, ilustrações, tabelas, editoriais, artigos e cartas à redação*. Como nas outras fontes, estudamos matérias, reportagens, fotos e artigos, sobre a doença e morte do então governador Mário Covas.

3.4 – Internet

A *Internet* faz uso dos mesmos gêneros das revistas e jornais, mas o seu diferencial é a rapidez com que são veiculadas as notícias. No mesmo dia o internauta pode ter várias notícias sobre um fato, visto que se trata de um veículo de comunicação dinâmico, que permite, ainda, a interatividade imediata do emissor e do receptor.

Uma vez que se trata de uma pesquisa, selecionaram-se os mesmos gêneros, a saber: matérias, reportagens, fotos e artigos de jornais, atualizados a cada minuto.

4. A morte de Mário Covas, segundo a imprensa brasileira: uma leitura quantitativa e qualitativa

Neste item, procura-se fazer uma apresentação quantitativa dos dados e uma análise qualitativa dos resultados daquilo que foi publicado sobre a doença e morte de Mário Covas, nos veículos desta pesquisa.

Depois da coleta, os dados foram categorizados a fim de que a análise fosse possível e transformados em tabelas.

Tabela 1: Quantidade de material publicado pela *Folha de S. Paulo* na cobertura da morte do governador Mário Covas nos dias: 26 a 28 de fevereiro de 2001 e 1 a 7 de março de 2001, incluindo-se o Caderno Especial desse dia.

Gênero	Quantidade	
	Nº de matérias	Percentual
1ª. página	4	2,06
Reportagens/Matérias e Notas	92	47,42
Foto/Ilustrações/Tabelas	70	36,08
Editoriais	1	0,5
Artigos	17	8,76
Cartas à redação	10	5,17
Total	194	100

Em apenas dez edições o fato mereceu destaque 194 vezes, isso reflete apelo político ideológico e emocional, uma vez que mantinha o leitor em alerta, preparando-o para perder alguém como se fosse um ente querido. O martírio de Mário Covas transformava-o em um diferencial.

Na matéria publicada pelo jornal Folha de S. Paulo no dia 6 de março, Caderno Brasil, pág. 8, ao lado do boletim médico nº 9, do dia 5 de março de 2001, o jornal mostra uma foto com bom apelo emocional. Nela, coral de crianças vestidas como marinheiros (uma alusão a cidade de Santos/Porto de Santos) e sob a regência de um maestro mirim, prestam homenagem ao então governador.

As notícias tomaram mais de metade dos espaços dos veículos publicados no período analisado. Praticamente todos os olhares estavam sobre a doença e morte de Mário Covas.

Na matéria de capa do jornal Folha de S. Paulo do dia 7 de março de 2001, “*São Paulo se despede de Mário Covas*”, texto e foto casados, mostram a consternação com a morte do então governador. Ao lado esquerdo, no alto da página, imediatamente abaixo do

nome do jornal, é apresentada uma foto colorida de um Mário Covas diferente dos últimos tempos: mais jovem e magro, sorridente e acenando para uma possível platéia, tendo como fundo a listras da bandeira de São Paulo. Ao lado, no centro do jornal, foto comovente: Dona Lilá Covas, com sua neta Silvia, com expressão de choro, vela o corpo do seu marido, no caixão. A mão direita de dona Lilá está sobre a têmpera de Covas. O luto interno e externo retrata a “dor” da família, compartilhada com a população através do jornal.

No mesmo dia, o jornal *Folha de S. Paulo* não economiza informação e publica Caderno Especial com 12 páginas, sobre a vida, doença, morte, itinerário do cortejo, a chegada na cidade de Santos, litoral paulista, e o local do sepultamento no Cemitério do Paquetá. Só neste Caderno, foram publicadas 63 imagens entre fotos, gráficos, info-gráficos e mapas do então governador, como: a infância e adolescência; carreira; ingresso na política; no MDB e o AI 5; cassação e prisão, direitos políticos; infarto; governador de São Paulo; reeleição, o câncer; a licença do governo de São Paulo; o estado debilitado; a angústia pela morte iminente e velório. Na última página, por exemplo, o jornal carrega no apelo emocional ao informar como seria o cortejo de Mário Covas, mostrando fotos tiradas dos painéis luminosos na rodovia dos Imigrantes, homenageando o então governador: **COVAS; VALEU; EXEMPLO PARA TODOS.**

Tabela 2 - Espaço dedicado pela *Folha de S. Paulo* à cobertura da morte do governador Mário Covas de 26 a 28 de fevereiro de 2001 e 1 a 7 de março de 2001, incluindo-se o Caderno Especial desse dia.

Cm/coluna	
Gênero	
1 ^a . página	287,5
Reportagens/Matérias e Notas	21.695,5
Foto/Ilustrações/Tabelas	7.887,5
Editoriais	30,0
Artigos	2.235
Cartas à redação	81,75
Anúncios (12)	1.115,5

Total	33.332,75
-------	-----------

Novamente se confirma a relevância do fato dos veículos utilizarem um grande espaço para o fato. Como em outros episódios políticos, podemos observar a relevância que se dá a esse tipo de episódio, sub valorizando os demais que estão ocorrendo no país. Isso é uma marca da imprensa que mitifica ou condena o indivíduo com ênfase que dá aos seus atos. Trata-se nitidamente de uma estratégia político-ideológica, principalmente se observarmos o cenário em que ela se dá. De todos os lados a corrupção e a imoralidade marcam a vida política do país, enquanto de outro se valoriza um homem dedicado à política, acompanhando seu sofrimento, como se fosse o sofrimento dos cidadãos, da pátria.

Pode-se relacionar o tratamento dado pela imprensa ao sofrimento e morte de Mário Covas, àquele dado a Tancredo Neves, cujo ser humano morreu para dar à pátria mais um herói, uma espécie de purgação do sofrimento pelo descaso com que o povo é tratado. Valoriza-se aquele que poderia “salvar a pátria”.

Embora Covas já estivesse no poder há algum tempo é como o se o poder o tivesse matado, como expiação pela corrupção que se vê. Morre o homem íntegro, honesto, como outros não há.

Aqui essa observação é refletida, por exemplo, na coluna Painel do Leitor do dia 7 de março de 2001 do jornal *Folha de S. Paulo*, quando sete eleitores tecem considerações e fazem apologias sobre a vida e caráter de Covas:

“Homem público que se tornou um exemplo para todo o país”, Francisco Weffort, ministro da Cultura. “Os grandes homens não morrem no coração do seu povo”. Mário Covas é uma dessas expressões luminares que jamais desaparecem, pois ficam como exemplo de tenacidade e de determinação na busca dos ideais que marcam suas vidas”, Francisco de Moraes Souza, governador do Piauí. “Neste momento de despedida ao governador Mário Covas, gostaria de para-frasear Guimarães Rosa: Os homens bons não morrem, ficam encantados”, Lúcia Buelta. “Covas foi um homem transparente e um grande lutador”, Mário dos Anjos. “O grande político deixa o povo paulista em prantos”, Vivian Cará. “Morreu o último social-democrata do PSDB”, Jaert Sobanski, professor da PUC. “...Parabéns ao governador Mário Covas por lutar de maneira digna pela vida”, Zeferino Dias Júnior.

Tabela 3: Comparativo de espaço dedicado pelas Revistas *Veja* e *Isto É*, publicadas no 7 e 14 de março.

Revistas		
Gêneros	<i>Veja</i>	<i>Isto É</i>
Reportagens/ matérias e notas	594	571
Fotos	508	514

O fato não mereceu um tratamento maior pelas revistas pesquisadas, sendo que tanto a parte escrita, quanto as fotos mereceram o mesmo espaço, uma vez que a diferença em cm/coluna não é significativa.

Se comparado com o jornal, é possível que a diferença de espaço esteja no fato de que a revista condensa o conjunto de notícias, enquanto o jornal tem de manter o leitor assíduo todos os dias, assim tem de apresentar dados que o cativem.

Internet

O provedor *Universo On Line*, que no afã de dar o “furo de reportagem”, acabou cometendo um erro primário de informação à sociedade. Atualmente, pensar o ambiente midiático, na lógica capitalista, implica atestar, que a indústria da comunicação como máquina tecnocultural reflete a preocupação com o mercado, mas é preciso considerar a qualidade do serviço prestado, garantindo sua continuidade pela credibilidade.

Contudo, a Internet na luta acirrada para competir no mercado capitalista, precipitou-se e, muitas vezes, ultrapassou a lei da competitividade, soltando notícias e matérias sem a devida preocupação. Na ferrenha disputa pela audiência, os *sites* muitas vezes, veiculam matérias sem a devida apuração, proporcionando as “barrigas”, ou seja, matérias falsas.

A morte de Mário Covas foi noticiada pela Internet em inúmeros os *sites* que informaram durante as 24 horas do dia ininterruptamente. Nos menus dos *sites* foram criados *links* especiais, que trouxeram informações completas do então governador: biografia,

cronologia da sua agonia, artigos, entrevistas, repercussões, enfim, informações em todos os seus aspectos.

Os *sites* apresentaram informações segmentadas, separadas por tópicos, apresentando uma retrospectiva dos acontecimentos, desde o dia 26 de fevereiro, dia da internação no Incor – Instituto do Coração, em São Paulo, passando por todos os momentos da doença, sua morte e enterro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os meios de comunicação não foram envolvidos aleatoriamente nesse cenário, a mídia impressa é um poderoso instrumento de comunicação. Mas não se pode perder de vista sua função política ideológica, de formadora de opiniões, influenciando, ainda que de forma indireta, as idéias e convicções dos indivíduos, orientando-os no seu comportamento social.

O controle ideológico, compreendido como as formas utilizadas para ocultar a realidade e evitar a formação de cidadãos críticos, é muito bem desenvolvido pela mídia. Os indivíduos e grupos só podem adquirir consciência de suas reais condições de vida sob duas situações: pela observação direta do meio em que vivem, ou por meio das informações obtidas de outros, como os meios de comunicação.

No jornal *Folha de S. Paulo* do dia 7 de março de 2001, por foram publicadas dez homenagens a Mário Covas. Destacamos aqui a mensagem da Sabesp:

“A Sabesp, seus diretores e empregados compartilham o profundo pesar da população pelo falecimento do Governador do Estado de São Paulo e líder moral do país”.

O órgão estatal, na mensagem, quer ratificar o “pensamento” que todos estão tendo naquele dia *pós-mortem* sobre a importância da imagem pública do homem público que acabara de morrer.

Visto que a realidade brasileira tem valores tão controvertidos e inúmeros problemas de ordem sócio-político-econômica, notícias com apelo emocional acabam por envolver o público, que passa a vivenciá-la, aproximando-a de sua realidade. Desta forma, os demais problemas são afastados para dar lugar à vazão da emoção.

O episódio sofrimento e morte de Mário Covas mexeu com o imaginário do povo, no meio de tanto desmando. De repente, o mesmo homem que há pouco tempo passava por

situações de agressão de todas as partes, inclusive físicas, vira mais um zelador da pátria, que se não tivesse morrido....

BIBLIOGRAFIA

BERLO, David. K. **O processo de comunicação: teoria e prática**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

DARROBERS, Martine & LE POTIER, Nicole. **La recherche documental**. Paris: Natha, 1998. Collection Reperos Pratiques.

GARCIA, Nelson J. O. **O que é propaganda ideológica**. São Paulo: Brasiliense, 1982. (Coleção Primeiros Passos).

_____. **O Estado Novo: ideologia e propaganda ideológica**. São Paulo: Loyola, 1982.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. São Paulo: **Revista de Administração de Empresas – EASP-FGV**, n.3, 1995, p.35.

JORNAL Folha de S. Paulo. Caderno Especial, 18 fev. 2001, p.1-32.

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação social: teoria e pesquisa**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1987.

QUEIRÓZ, Adolpho & alunos do Poscom/Mestrado, 2000; Umesp. *Pittagate*, uma leitura de propaganda ideológica na Folha de S.Paulo.