
Os meios de comunicação como aparelho ideológico de Estado: análise da
peça publicitária “Reforma da previdência hoje para ele se aposentar amanhã”¹

Djavan Junior DE BASTIANI²

Márcio Giusti TREVISOL³

Universidade do Oeste de Santa Catarina - UNOESC

Resumo

O artigo proposto é resultado da pesquisa desenvolvida no curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e propaganda e articulado com a linha de investigação “processos midiáticos” do grupo de pesquisa “Mídia, Comunicação e Sociedade” e pretende apontar os elementos ideológicos presentes na peça publicitária “Reforma da Previdência hoje para ele se aposentar amanhã”. É notório que os meios de comunicação são colonizados por simbolismos, intencionalidades e ideologias que são produzidas de acordo com interesses de grupos. Neste sentido, qualquer produção comunicacional, em veículos de mídia, possuem um interesse e são resultados do seu contexto histórico. Por isso, nosso problema se caracteriza: como o Estado brasileiro se utilizou da propaganda de governo para formar uma opinião pública favorável a reforma da previdência. O objetivo é apresentar os elementos ideológicos de persuasão e convencimento utilizados na propaganda do governo brasileiro denominado “Reforma da previdência hoje para ele se aposentar amanhã”.

Palavras-chave: Palavras-chave: Aparelhos ideológicos. Propaganda de Governo. Persuasão. Formação da opinião.

APARELHOS IDEOLÓGICOS DE ESTADO E FORMAÇÃO DA OPINIÃO

Para compreender adequadamente os aparelhos ideológicos de Estado precisamos pontuar a clássica definição de infraestrutura e superestrutura dadas por Marx. Segundo o autor, “[...] superestrutura são as ideias existentes na sociedade de cada época, cujas ideias das classes dominantes são as que se instalariam na maior parte da sociedade (1999, p.56)”. Já a infraestrutura “é o nome dado as relações de produção, o modo de produção, a divisão do trabalho e a propriedade privada (1999, p.56)”. Na relação realizada por Marx (1999) referindo-se aos termos infraestrutura e superestrutura são dinamicamente a tradução do termo ideologia e toda a estrutura que se molda através da ação dela na sociedade. A ideologia torna-se, neste aspecto, um resultado do contexto histórico e material de uma sociedade. Por decorrência, a

¹ Trabalho apresentado na IJ 8 – Estudos Interdisciplinares do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade do Oeste de Santa Catarina, email: dja_debastiani@hotmail.com.

³ Doutorando em Educação na Universidade de Passo Fundo, email: marcio.trevisol@unoesc.edu.br

ideologia é o resultado, para Marx, das relações de produção na infraestrutura. Essas relações materiais decorrentes do trabalho produtivo culminam em um conjunto de ideias que justificam e legitimam as relações entre os seres humanos. Como as relações no mundo do capital são baseadas sobre a dominação, as ideias como condição de convencimento são utilizadas como formas de controle ao produzir uma falsa consciência da realidade.

Como afirma Marx a ideologia como válvula de opressão dentro da sociedade condicionou representações materiais da sua produção Marx (1999, p. 12) “[...] aquilo que os indivíduos são dependes, portanto das condições materiais da sua produção [...] esta produção só aparece com o aumento da população e pressupõe a existência de relações entre os indivíduos”.

O Estado para Marx (1999) faz parte da superestrutura e decorrente da infraestrutura. Por esse fato, o Estado é um instrumento de manutenção da ordem e do controle de uma classe sobre outra. O Estado, torna-se nesse sentido, um produto decorrente das condições históricas produzidas pelas relações de produção. Segundo Marx (1999, p.5), “a existência forma a essência”, por decorrência, o Estado é fruto da existência. Neste sentido, o Estado é um lugar de poder onde se faz valer os ideais de classe que assumem seu controle e empregam sua concepção hegemônica de sociedade sobre as demais classes sociais.

De acordo com a concepção de Marx a ideologia ganha um sentido negativo como falsa consciência, contudo autores como Gramsci, partilham que a ideologia possui um caráter positivo de identidade e conscientização. De acordo com a concepção de Gramsci, “a ideologia tem elementos unilaterais e fanáticos, e tem igualmente elementos de conhecimento rigoroso e até mesmo de ciência. Nesse sentido, a ideologia é "todo o conjunto das supra estruturas" (GRAMSCI, 2001, p. 1.320).

Os aspectos se apoiam o sistema descrito por Althusser (1983) se utilizando do termo aparelhos ideológicos do Estado. O autor que segue a corrente Gramscista, que por deveras é um filósofo da corrente Marxista, explica que o Estado (público) e suas instituições são responsáveis pelo aparelho repressivo do estado (ARE), que compreende segundo ele Althusser (1983, p.67) “o governo, a administração, o exército, a polícia, os tribunais, as prisões[...] o termo por definição representa que funciona através da violência”. Todavia pode-se considerar que são instituições que exercem um controle direto sobre as ações, ou por melhor alocação da definição elas exercem o poder coercitivo sobre o núcleo social.

Na composição da sociedade o que se pode revelar que são instituições de cunho civil e por concordância privadas, estas são responsáveis pelo que Althusser (1983) define aparelhos ideológicos do Estado (AIE), se antes as instituições repressivas tinham uma ligação direta de

objetivo, as instituições ligadas ao aparelho ideológico de estado atuam de formas distintas e especializadas que são, segundo Althusser (1983, p.68), “religiosos, escolares, familiar, jurídico, político, sindical, informação, cultural”. São particulares e estritas na esfera privada e de organização própria de civis. De acordo com Althusser (1983, p.69) “a distinção de AIE do ARE é uma diferença fundamental: o aparelho repressivo funciona através da ‘violência’ ao passo que os aparelhos ideológicos funcionam através da ideologia”. É importante ter a compreensão de que os aparelhos ideológicos de estado com toda sua estrutura existem necessariamente para direcionar o condicionamento de um estado ideológico de cada época a fim de assegurar todo o conjunto de ideias e valores presentes na sociedade.

Para Althusser (1983, p.70) “o Estado funciona predominantemente através da repressão e secundariamente através da ideologia para que garanta a coesão e reprodução a fim de divulgar valores”. Da mesma forma os aparelhos ideológicos utilizam da repressão, não física, mas de caráter persuasivo. Desta forma fica entendível compreender aquilo que se conhece na sociedade. A ideologia se torna se não o centro o caminho para as ações das instituições.

Sua garantia é assegurada pelos meios repressivos e ideológicos do Estado como relata Althusser (1983, p.74) “são estes que garantem a reprodução mesma das relações de produção, é neles que se desenvolve o papel da ideologia dominante que detém o poder do estado”, em conjunto harmônico os seguimentos institucionais o elo é garantido.

De acordo com Althusser (1983, p.78), “todos os aparelhos ideológicos de estado, quaisquer se sejam, concorrem para o mesmo fim: a reprodução das relações de produção, isto é, das relações de exploração capitalistas”. Ao considerar que as pessoas já entram em um sistema de produção desde que nascem refere-se principalmente ao aparelho ideológico conhecido como escola. Para Althusser (1983, p.79), “precisamente durante aqueles anos em que a criança é mais ‘vulnerável’, espremida entre o aparelho familiar e de estado escolar, os saberes da ideologia dominante”. Desta forma, a compreensão de que as pessoas têm consciência, mas devido a influência dos aparelhos ideológicos do estado é uma falsa consciência afirmada ao longo do tempo.

Dentre os aparelhos ideológicos de Estado os meios de comunicação se destacam e são amplamente utilizados como artifício de convencimento. Possuem como objetivo persuadir intelectualmente e politicamente desta forma implantando novos aspectos a cultura e ideias que geram comportamentos dos indivíduos dentro da sociedade. Althusser inclui os meios de comunicação de massa nos Aparelhos ideológicos de Estado. Segundo Althusser (1983, p.75) “todos os aparelhos ideológicos do Estado, sejam quais forem, contribuem para o mesmo resultado: a reprodução das relações de produção, relações capitalistas de exploração”.

A formulação dos meios de comunicação na relação social de dominação é de extrema importância, ao se tratar do uso dos meios pelo Estado estamos nos referindo a esfera com papel repressivo se utilizando do meio ideológico para reproduzir e sequenciar seus atos e interesses.

Os Meios de Comunicação de Massa, em seu papel de atores e agentes na sociedade tecnológica, são considerados como fatores que imprimem sua dinâmica na sociedade, pois são tidos como possuidores de uma liberdade de ação real. O funcionamento da ordem social democrática parece depender intimamente de um bom sistema de Comunicação de Massa; bom qualitativa e quantitativamente, responsável, cômico de seus deveres perante a família, a comunidade e a nação. (ALTHUSSER, 1983, p. 78).

Tomando esses apontamentos dados pelo autor os meios assumem o papel de interlocução entre os atores sociais, são a ferramenta de controle e condicionamento das massas, para isso se utilizam da reprodução e um discurso recheado de símbolos e signos com a finalidade de controlar os nuances sociais como conflitos. Os aparelhos ideológicos de estado apesar de serem separados entre esfera pública (repressão) e privada (ideológica) funcionam em conjunto, pois, as necessidades do estado se voltam as classes dominantes e desta forma o conjunto da utilização dos meios pelo estado se torna fato essencial para a reprodução, principal fator condicionante do funcionamento deste sistema.

A compreensão da atuação dos aparelhos ideológicos de estado é relacionada principalmente a ideologia vigente tendo como ponto de partida a compreensão de que o funcionamento e o conteúdo exposto são diretamente ligados as esferas de poder em seu caráter persuasivo com o objetivo de direcionar inúmeras ideias para a população a fim de convencer.

Neste sentido, o Estado como corpo jurídico-político se utiliza de seus aparelhos para fazer valer seus interesses e seus objetivos. É fundamental que façamos uma breve diferenciação. Estado é entendido como corpo político-jurídico que possui um território e governo como grupo de pessoas partidos ou não que ocupam o Estado e o utilizam como instrumento de controle e organização social. Nessa relação entre Estado e Governo os grupos que ocupam o poder (por voto democrático ou não) utilizam dos aparelhos de Estados para transmitir os interesses de classe contextualizados e materialmente constituídos na infraestrutura.

Os meios de comunicação oficiais do Estado, são um dos canais utilizados para publicitar e tornar visíveis das decisões nos Estado democráticos de Direito. Porém, por outro lado, são utilizados com forte apelo ideológico para produzir uma opinião pública favorável ao governo. Então, as propagandas de governo, ao adotarem certos elementos de convencimento se tornam ideológicas. Essa tese, apontada e com a fundamentação em Althusser será analisada

na próxima parte quanto definidas como objeto de estudo da propaganda do governo brasileiro intitulada “Reforma da Previdência hoje para ele se aposentar amanhã”.

Análise ideológica da propaganda de Governo “Reforma da Previdência hoje para ele se aposentar amanhã”

O sentido de crise no Brasil começa a figurar nos meios de comunicação, sejam eles de massa ou mesmo nos espaços cibernéticos a partir do segundo governo da presidente Dilma Rousseff. A crise se estrutura a partir de duas condições; a primeira coloca o problema da crise no modelo de gestão do Estado brasileiro que considera o tamanho da máquina de governo aliado aos gastos com as políticas afirmativas o problema de sustentabilidade a longo prazo. A segunda, como decorrência da primeira, coloca o problema da crise na corrupção que passa a ser pauta diária dos veículos de comunicação. Em qualquer uma das situações, a questão da crise torna-se o núcleo para posicionar formas e propostas de governo. Isso pode ser observado a partir de Antunes (2018, p.236).

A explosiva crise do governo Dilma, vivenciada no apagar das luzes de 2015, decorre de uma confluência de fatores fortes como: 1) ampliação da crise econômica internacional; 2) vitória difícilíssima nas eleições; 3) intensificação da crise política; 4) descontrole político e desestabilização de alianças; 5) descontentamento, revolta e rebelião popular contra medidas; 6) repercussões da crise política no PT.

O cenário de manifestações em vários locais do país, de grupos e movimentos indo para locais públicos em conjunto a crise financeira do governo que elevou os juros e causou a insatisfação de empresários e por consequência da classe média. A crise econômica se transformara em uma crise política e diante de um processo envolvendo as chamadas “pedaladas fiscais” o poder legislativo no dia 31 de agosto de 2016 através de um processo de *impeachment* cassou o mandato da Presidente da República. É importante para entender o contexto da produção da propaganda de governo a respeito da previdência social. O ponto central, sob a perspectiva de um novo governo encabeçado pelo Vice-Presidente Michel Temer é colocar o déficit orçamentário em dia. Como proposta lança medidas de cortes sociais. Os cortes nas áreas sociais são temas caros em qualquer país, por isso, qualquer tentativa de sucesso de medidas tão impopulares precisa, no primeiro momento, explicar, convencer e legitimar tais propostas frente aos cidadãos.

Com a sucessão imediata do vice-presidente Michel Temer, as medidas impopulares atingindo diretamente a população foram expostas sob a prerrogativa de corte dos gastos.

Dentre as medidas impopulares tomadas está em evidência a reforma da consolidação das leis trabalhistas (CLT) e a reforma da Previdência Social que não foi aprovada devido ao recuo do poder legislativo depois da eclosão de protestos em vários pontos do país. Frente a pouca aceitação das reformas o governo começa a utilizar com a finalidade de convencer a população de que a reforma é necessária para que o benefício possa continuar futuramente e que a seguridade social seja mantida no Estado Brasileiro.

Neste aspecto, o governo brasileiro para tratar de um assunto polêmico como a reforma da previdência, se utilizou da propaganda “Reforma da Previdência hoje para ele se aposentar amanhã”. Com a finalidade de convencer e, portanto, formar uma opinião pública favorável a reforma. Como pontua Althusser (1983) “O aparelho político sujeita os indivíduos à ideologia política de Estado, ‘democrática’; já o aparelho de informação, através de jornais, televisão, rádio e, hoje, mídias sociais, assujeita os indivíduos com doses de moralismo e liberalismo ” considerando as considerações realizadas por Althusser (1983) o governo possui mecanismos ideológicos que são estruturas utilizadas para afastar os conflitos e legitimar as ações do governo. Sendo assim, os aparelhos ideológicos de Estado são ferramentas de poder atreladas a interesses de classe ou de grupos políticos onde os meios de comunicação são os mecanismos responsáveis para a formação de opinião pública.

O universo da pesquisa é a propaganda de governo, “Reforma da previdência hoje para ele se aposentar amanhã”. O campo de coleta de dados foram as revistas impressas Veja, Istoé e Época no mês de fevereiro de 2018. É importante esclarecer, que não se trata de uma pesquisa que objetiva analisar as revistas apontadas no artigo, mas o conteúdo, apresentado na propaganda divulgada nessas revistas. Trata-se de uma pesquisa exploratória com a método de análise de conteúdo.

Desta forma Bardin (1977, p. 19) revela as principais finalidades que são possíveis se utilizando desta forma investigativa “A análise de conteúdo é uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação”. Esta análise compreende como forma de explicação o momento em que foi produzida assim Bardin (1977, p. 43) faz sua explicação se utilizando analogicamente do termo jogadores “análise de conteúdo tenta compreender os jogadores ou o ambiente do jogo num momento determinado, com o contributo das partes observáveis”. Para reafirmar que se analisa um período determinado para que as contribuições realmente se adequem a realidade, já que a análise do conteúdo é uma técnica contributiva.

Para que se tenha um estudo completo do objeto é necessário que se sigam certas predefinições que são chamadas categorizações que objetivam a pessoa que está realizando a

verificação do conteúdo criar categorias onde se distribuem os elementos estratificados do objeto de estudo, isso acontece para justamente não ocasionar uma forma desordenada de organização dando sentido a análise que está se apresentando.

A categorização segundo Bardin (2004, p. 86) consiste em “classificar os elementos constitutivos de um conjunto caracterizados por diferenciação e realizando o reagrupamento por analogia por meio de critérios definidos previamente no sentido de propiciar a realização da inferência.

A criação de categorias tem a função de separar as partes da peça publicitária para que se compreenda as suas particularidades a fim de descrever o todo em sua junção, uma leitura minuciosa dos aspectos presentes e representativos. Segundo Bardin (2004, p. 91) “Categoria é um conjunto de dados semelhantes em conteúdo e que representam dados que aparecem em diferentes contextos, situações ou entrevistas”. Desta forma os critérios para a criação de categorias devem ser os seguintes:

1° as categorias necessitam ser válidas, pertinentes ou adequadas; 2° critério da exaustividade onde as categorias devem ter a possibilidade de enquadrar todo o conteúdo; 3° critério da homogeneidade propondo que todo o conjunto deve ser estruturado em uma única dimensão de análise; 4° critério da exclusividade onde cada elemento pode ser classificado em apenas uma categoria; 5° critério da objetividade, consistência ou fidedignidade (BARDIN, 2004, p.93)

Partindo das afirmações realizadas pela autora foram estratificados quatro elementos da propaganda e com isso criados quatro categorias e da mesma forma fundamentadas certas características base para que se possa alocar cada elemento encontrado em sua devida categoria deixando a análise clara e uniforme.

ELEMENTO	CATEGORIA	CARACTERÍSTICAS
Menino	Intimidação	Confronto, Culpa, Comoção, Figura de proximidade, Responsabilidade e Insegurança
Texto	Medo	Aceitação, Legitimação, Universalização e Imediatismo

Assinatura	Coercitividade	Simbolismo, Condicionamento e Representação
Fundo	Incerteza	Suspense e Drama

Conforme o entendimento de Bardin (2004) a criação de categorias deve ser proporcional ao material analisado e desta forma a propaganda apresenta quatro elementos de composição onde foram criados o mesmo número de categorias.

As análises realizadas seguem o princípio da descrição analítica desenvolvida por Bardin (2004, p.29) que reitera “A descrição analítica funciona segundo procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. Segundo a autora este tipo de procedimento consiste em apurar descrições de conteúdos muito aproximativas, subjetivas, para pôr em evidência com objetividade a natureza e as forças relativas dos estímulos a que o sujeito é submetido (BARDIN, 2004, p.31).

Para compreender a qual tipo de propaganda nos referimos, podemos afirmar que, uma peça publicitária é considerada uma propaganda governamental institucional como define Sant’anna (1996, p.70) “É utilizada nos casos em que o fortalecimento da imagem governamental deve interagir com a ação da população no sentido de obter maior cooperação e credibilidade em torno do programa de governo.

Figura 1- Propaganda da Previdência Social



Fonte: Gazeta do Povo

Vale a pena ressaltar que, a propaganda, tem em sua criação a manifestação no âmbito persuasivo de transmissão de uma ideologia “especialmente no que diz respeito à comunicação política ou qualquer outra forma de transmissão de convencimento ideológico” (ARANHA, 2003, p.36) utilizando-se de figuras de linguagem universais para que em conformidade com o senso comum possa atingir o maior número de pessoas possível. Segundo Aranha (2003, p.35) “comunicação persuasiva se caracteriza por ser orientada a conseguir determinados efeitos, utilizando técnicas de comunicação e psicológicas, de certa forma, coercitivas”.

Neste sentido, a configuração de toda peça publicitária é formada por elementos unificados que representam algo para o público, em conjunto tem a função de reforçar a mensagem e atender ao objetivo, tendo em vista que a propaganda é destinada para a massa e cada indivíduo tem percepções diferentes e age de forma isolada uns dos outros os estímulos utilizados devem ter características universais, em paralelo e se tratando da proposta da propaganda Sant’anna comenta (2003, p.46) “um governo deve preocupar-se sobretudo em obter o assentimento da população”.

Segundo o autor Althusser (1985, p.62-63) “todo aparelho de estado concorre para o mesmo objetivo: a reprodução das relações, isto é, relações de exploração” com a reprodução de uma ideologia através da utilização de um dos aparelhos ideológicos de estado desta forma ao se transmitir a mensagem fica em evidência o caráter persuasivo que os meios de comunicação possuem sobre o espectador ou público a que se destina a mensagem a fim de convencimento como bem descrito a preocupação com o assentimento da população atravessa a clara função dos meios de comunicação como aparelho ideológico de estado.

Para a formação das categorias foi preciso compreender quais características a peça publicitária apresentava e descreve-las para se exaltar de forma clara quais pertenciam aos elementos presentes na construção do discurso da propaganda.

Para formar a opinião pública o governo necessita se utilizar dos meios de comunicação como relata Garcia (1999, p. 15) "A atividade persuasiva se torna mais intensa nos momentos em que surgem condições significativas para uma mudança social, com setores da sociedade possuindo força suficiente para conduzi-la".

A utilização dos meios de comunicação é elemento de extrema importância já que a propaganda é o que liga a ideologia com a universalidade do discurso neste aspecto Garcia (1990, p. 35) destaca que “a forma mais utilizada na elaboração das ideologias é a universalização, onde as ideias são apresentadas de forma a atender a todos e satisfazer as necessidades da maioria, a fórmula do tipo ‘benefícios para o povo’ é muito utilizada”.

Para Althusser (1983) os aparelhos ideológicos de estado sempre estão sobre o controle da classe que predomina sobre a sociedade atual, afirmação de vem de encontro com a exposição realizada por Garcia (1999) onde relata que os meios de comunicação estão no poder das classes dominantes, assim como os meios de produção, se utilizando da abrangência e do poder que a comunicação tem sobre a população “o interesse se configura, antes de mais nada como uma relação concreta que se estabelece no contexto das interações entre as classes sociais”(GARCIA, 1999, p. 13).

Partindo das exposições de Bardin (2004) sobre a análise de conteúdo a sequência apresenta-se a análise descritiva do conteúdo nas normativas descritas a fim de expor o conteúdo intrínseco presente na propaganda e desta forma a apresentação do conteúdo ideológico exposto pela através da técnica.

A categoria intimidação apresenta o aspecto da propaganda que transmite o ato de amedrontamento, justamente a criança, pelo fato do contexto ao qual a propaganda está voltada a característica universal ao qual as crianças estão ligadas fica invertida e desta forma a postura criada transforma a figura em linguagem de uma espécie de ameaça “olho no olho”.

O elemento menino representa o confronto com o leitor analisando sua posição na imagem onde causa a intimidação a quem estiver olhando, dentro do viés ideológico a figura de uma criança representa a dependência e a fragilidade e a causa de sua utilização é diretamente ligada ao sentimento de culpa por não aceitar os argumentos utilizados pelo governo.

O caráter de confronto ainda revela uma intenção de expectativa lançada sobre o leitor onde a figura da criança lança sobre as pessoas um desejo e um motivo, neste caso o desejo é a aceitação dos argumentos da reforma da Previdência Social e o motivo é que se você aderir a ideia não só ele mas toda uma geração poderá usufruir do benefício.

O apelo relativo a figura de um pai ou uma mãe, assim como qualquer outro observador da peça que tenha familiares ou próximos crianças é de extremo impacto sobre a opinião e as ações que são tomadas, o âmbito é de extrema persuasão e relativa comoção outra relação é o fato do ser cidadão e estar inserido no meio onde as atitudes individuais recaem sobre a coletividade. Segundo Gomes (1999, p.228) este elemento desenvolve o instinto paternal já que “desenvolve a emoção da ternura e tem uma tendência de influenciar o comportamento quando apresenta a figura de pessoas pelas quais se sente um carinho especial.

A construção da responsabilidade sobre uma possível falência da Previdência é utilizada como aparato ideológico trazendo uma responsabilização para as pessoas como se o estado estivesse fazendo um favor para a sociedade ao tomar tais medidas e a sociedade não colabora para dar prosseguimento nas ações.

Sobre o caráter da imagem utilizada a autora expõe que a informação intimidante é transmitida “na imagem encontra-se relacionado ao código de apresentação dos personagens, coincidindo a ‘posição frontal’ posição das mãos, o gesto, a direção do olhar” (DEMARTINI, 2003, p.185).

O aspecto utilizado em grande escala na reprodução da propaganda para a sociedade utiliza da reprodução “a propaganda ideológica é mais ampla e mais global. Sua função é a de formar a maior parte das ideias e convicções dos indivíduos e, com isso, orientar todo seu comportamento social” (GARCIA, 1999, p. 86).

A criança traz vários elementos simbólicos consigo como felicidade, esperança, inocência, pureza entre outros, a utilização deste elemento na peça tem um forte poder apelativo e persuasivo, dadas as proporções da população a que a propaganda é destinada, é de forte evidência a integridade que se correlaciona na procura pelo objetivo de convencimento. A imagem causa impacto principalmente com a utilização do elemento gráfico, a criança é utilizada ideologicamente no contexto para causar impacto na sensibilidade do observador, tendo a influência objetiva no senso de responsabilidade onde o papel de cada contribuinte da previdência social é o principal aspecto utilizado para ocultar o sentido real.

A categoria medo visa os elementos que atingem diretamente os sentimentos das pessoas e que são de uso constante nas produções publicitárias, neste caso a frase provoca medo pelo fato de indicar o término de algo que beneficia muitas pessoas, deixa a pergunta no subjetivo pessoal. É um fator de consciência coletiva e de alto poder persuasório sobre as ações individuais em busca de convencimento neste caso.

O artifício textual é a base de toda a peça, estando em destaque em fonte simples de fácil compreensão, se utiliza de pontuação para dividir a frase em dois pontos na primeira “Reforma da previdência hoje” e a segunda “Para ele se aposentar amanhã”. A técnica de interrupção é utilizada como forma de dividir o foco e reforçar o conteúdo e a mensagem que quer se transmitir.

A frase é o elemento aprofundador da provocação relativa ao encargo lançado e responsabilização das pessoas, se utiliza da indicação de resolução agora para evitar problemas futuros. Ainda sobre o papel da ideologia Garcia (1999, p.70) “as mensagens têm seu conteúdo manipulado, deixando passar informações e censurando outras, de tal forma só é possível ver ou ouvir aquilo que lhes interessa.”

Fica evidente em nossa análise, dois pontos na gramática proposta indicativas para a aceitação e a legitimação da reforma desta forma a aceitação convém partindo de um

pressuposto onde ideologicamente se fazem sacrifícios pensando no futuro para a continuação do benefício para as próximas gerações.

Assim, diante deste contexto, podemos afirmar que a pragmática da aceitação convém da necessidade da Previdência Social, como argumento intrínseco para que as gerações não tenham que conviver com a incerteza de não possuir de um recurso beneficiário, é em fortuna que se estabelece a relação de condições para correlação as necessidades que se apresentarão futuramente.

Em questão de discurso a universalização da incerteza é evidente com a utilização constante de preposições relativas a o tempo e espaço e desta forma as ações e medidas que requerem longos debates são enxutas e traduzidas de uma forma breve, silenciosa e impactante nas relações com relação ao termo ideologicamente traduzido da síntese que as frases apresentam “acabar” direciona a algo que se extingue, encerra e assim, tanto a incerteza como a insegurança em termos financeiros são alavancados.

Neste sentido, todo o elemento é beneficiado pelo sentimento de culpa que recai sobre os contribuintes e na totalidade da sociedade civil e política, como conviver com algo dessa dimensão caso o resultado seja evidentemente a falência do benefício.

Para Demartini (2003, p. 182) a função do texto “se cumpre através de sua marca e, este ato de denominação é o que gera e sustenta a existência de toda a mensagem publicitária”. Como função na peça é elemento fundamental em seu contexto e propriedade da essência que é de reformar.

O elemento com maior força dentro da peça publicitária diz respeito a escrita, pois, é a que conduz o significado de todo contexto na sua forma de produzir sentido se utiliza do imediatismo de algum ato e do medo para convencer sobre a preposição indicada pelo contexto.

Seu sentido ideológico está ligado ao reforço de um discurso pragmático de reforma já, reformar para que tudo possa continuar e o menino como figura ilustrativa de futuro possa usufruir do benefício da aposentadoria.

A forma de indicação temporal utilizada no texto contempla ideologicamente o esforço para que as medidas impopulares sejam aprovadas ao se utilizar de “Reforma da Previdência hoje” imediatismo, e ao mesmo tempo reluta a significância de que o erro vem dos governos anteriores e este será o responsável por salvar a instituição. “Para ele se aposentar amanhã” propõe a consequência da reforma, no caso é assegurar a permanência do benefício para as próximas gerações.

A frase representa em cada palavra algo para a composição da mensagem, desta forma a divisão realizada e a análise de cada palavra designa a compreensão da mensagem através da compreensão do nível sintático da mensagem.

A categoria coercitividade direciona-se aos aspectos diretamente ligados a representação do Estado, neste caso a assinatura do Governo Federal, o estado aliás descrito por Marx (2005) como sendo o berço de toda e qualquer ideologia presente na sociedade já que ele é responsável pela organização social e definido por Althusser (1983) responsável pelo poder coercitivo (força) a fim de permitir o funcionamento dos aparelhos ideológicos do estado.

Como assinatura da peça apresentasse no lado inferior direito a logomarca do governo, logo abaixo da frase, demonstrando com clareza o responsável por tal propaganda e ao mesmo tempo reforçando seu compromisso com a questão da reforma.

A presença do elemento representando a estrutura governamental é constitutivo de representação simbólica de poder onde em suma e relacionada historicamente o condicionamento das pessoas dentro da sociedade releva o papel da presença como medida evidente de poder sobre as ações constitutivas na esfera social.

Sua estrutura composta por poucos elementos traz a impressão de uma presença maior do estado sobre as pessoas, algo que se apresenta direto e causa a impressão de algo que está sempre presente onde não se tem liberdade.

Segundo Garcia (1999, p.89) as propagandas governamentais apresentam uma versão da realidade a partir da qual se propõe a necessidade de manter a sociedade nas condições em que se encontra ou transforma-la em sua estrutura econômica, regime político ou sistema cultural.

A presença de uma logomarca na assinatura de uma peça não é novidade, porém, a presença nesta peça é relativa e condicionante, a relatividade diz respeito a ser o governo federal em um governo de dois anos ser o responsável por propor transformações de tamanha monta, a identificação se dá com a nova logomarca com características semelhantes a da utilizada durante a ditadura faltando até uma estrela, aliás, os aparelhos ideológicos de estado se apresentam de forma procedente nesta parte, tendo em vista que os meios de comunicação são relacionados a esfera ideológica, a analogia que se faz desta forma é a de compreender o papel a identificação do governo como a de sua figura coercitiva na representação dentro da sociedade.

A percepção ao observar tal elemento remete a ordem e o condicionamento que tal organização exerce sobre as vidas de todos dentro da esfera pública, já em sua definição está a preposição de ditar as ordens a serem seguidas pelos indivíduos.

Para significar a presença do estado dentro de um dos seus aparelhos ideológicos Gomes (2003, p.31) se utilizando da Teoria Crítica afirma que “os meios de comunicação, ao invés de promoverem e impulsionarem a mudança social, ao contrário, na prática, a freiam e servem para manter a ordem social e cultural dominantes”. Além da mesma ideologia que vigora dentro dos monopólios de comunicação outro fator que promove tais ações é a mercantilização da comunicação.

No campo da categoria incerteza está presente os elementos que compõe todo o contexto, excluindo os representativos dos conglomerados, haja visto que a representação é da propaganda em si desta forma, o fundo com a cor cinzenta reforça o nível de sensações apresentados pelos outros elementos sem chamar a atenção.

O fundo da imagem composta pela cor cinza trás o efeito suspensivo e alimenta o aspecto de transmissão onde o leitor tem um impacto inicial de surpresa faz como todo o conjunto que vigora na composição dramática criada para transmitir todos os elementos ideológicos.

O fundo representa uma composição a fim de transmitir uma sensação, a aparência acinzentada transmite em conjunto aos demais elementos a sensação de insegurança, algo escuro que assola as pessoas no caso a questão da previdência social, no fundo ideológico é a malha de representação simbólica de uma questão impositiva de controle social muito bem realizado através dos aparelhos ideológicos de estado.

Este aspecto apresentado no enredo da propaganda é diretamente ligado ao inconsciente das pessoas e a relação das mesmas com determinados estímulos que recebem, as representações utilizadas com a cor cinza durante toda a vida se remetem a elementos que transmitem uma insegurança ou neutralidade já que é uma cor central entre o branco e o preto.

A utilização da ideologia fica evidente com a análise descritiva realizada onde provocou através da inferência dos símbolos utilizados os seus significados universais para a sociedade, estes que tem a função de dar o recorte a fim de não demonstrar a real intenção do governo com a aceitação da reforma.

De modo geral a propaganda utiliza-se de uma linguagem coercitiva onde exponha ao cidadão uma realidade de caos gerando uma consciência pessoal em cada pessoa e para tornar essa reflexão possível aparecem a figura de uma criança com a frase destacando em seu sentido universalizado que “ela não terá o benefício se você não aceitar o que está sendo proposto”.

A fato de ideologia governamental a proposta tem em seu caráter o parecer de causar uma economia aos cofres públicos onde a retórica de cortes de gastos não poderia ser utilizada já que as maiorias são as mais atingidas por tais ações.

Referências bibliográficas

- ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos Ideológicos de Estado**: nota sobre os aparelhos ideológicos de estado. Introdução crítica de José Augusto Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1983.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 4. ed. Lisboa/Portugal: Edições Loyola, 2010.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 4. ed. Lisboa/Portugal: Edições Loyola, 1977.
- GARCIA, Nelson Jahr. **O que é Propaganda Ideológica**. 1. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1999.
- GAZETA DO POVO. Quem pagou a sobrecapa publicitária sobre a reforma da Previdência?. 2018. Disponível em <<https://www.gazetadopovo.com.br/blogs/a-protagonista/2018/03/27/quem-pagou-sobrecapa-publicitaria-sobre-reforma-da-previdencia-governo-diz-que-ganhou/>> Acesso em 15 de Setembro de 2018.
- GOMES, Neusa Demartini. **Publicidade**: comunicação persuasiva. Porto Alegre: Sulina, 2003, 203 p.
- GRAMISCI, Antonio. **Cadernos do Cárcere**. 2.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
- KARL, Marx; ENGELS, Friedrich. A Ideologia Alemã: Feuerbach- A oposição entre as concepções materialistas e idealistas. 3°.ed. São Paulo: Editora Martin Claret Ltda. 2009, 149 p.
- LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do Trabalho Científico**. 7°. ed. São Paulo: Atlas, 2015.
- ORLANDI, Eni Puccielli. **Análise do Discurso**: princípios e procedimentos. 6°. Ed. Campinas. São Paulo: Pontes. 2005.
- SANT'ANNA, Armando. **Propaganda**: Teoria, técnica e prática. 8°. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cengage Learning, 2009.