



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO SEMIÁRIDO
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO PÚBLICA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO PÚBLICA**

JOSEFA KAREM LEITE ALVES DE MELO

**OS 150 DIAS DE GOVERNO BOLSONARO:
“PÁTRIA AMADA BRASIL.”**

**SUMÉ - PB
2019**

JOSEFA KAREM LEITE ALVES DE MELO

**OS 150 DIAS DE GOVERNO BOLSONARO:
“PÁTRIA AMADA BRASIL.”**

Artigo Científico apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Pública do Centro de Desenvolvimento Sustentável do Semiárido da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnóloga em Gestão Pública.

Orientador: Professor Dr. Luiz Antonio Coêlho da Silva.

**SUMÉ - PB
2019**

M528c Melo, Josefa Karem Leite Alves de.
Os 150 dias de Governo Bolsonaro: “Pátria Amada Brasil”. /
Josefa Karem Leite Alves de Melo. - Sumé - PB: [s.n], 2019.

38 f.

Orientador: Professor Dr. Luiz Antonio Coêlho da Silva.

Artigo Científico - Universidade Federal de Campina Grande;
Centro de Desenvolvimento Sustentável do Semiárido; Curso
Superior de Tecnologia em Gestão Pública.

1. Marketing político. 2. Governo Bolsonaro. 3. Imagem do
governo. 4. Sites de notícias e Governo. I. Silva, Luiz Antonio
Coêlho da. II. Título.

CDU: 324(045)

Elaboração da Ficha Catalográfica:

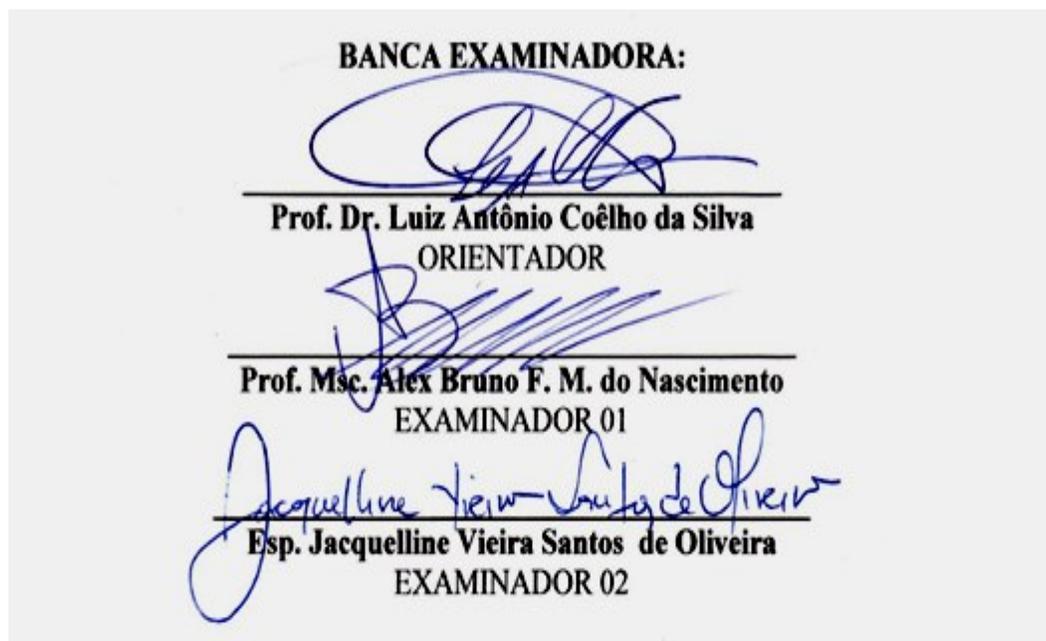
Johnny Rodrigues Barbosa
Bibliotecário-Documentalista
CRB-15/626

JOSEFA KAREM LEITE ALVES DE MELO

OS 150 DIAS DE GOVERNO BOLSONARO:

“PÁTRIA AMADA BRASIL.”

Artigo Científico apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Pública do Centro de Desenvolvimento Sustentável do Semiárido da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnóloga em Gestão Pública.



Trabalho aprovado em: 09 de julho de 2019.

SUMÉ - PB

RESUMO

O problema central desta pesquisa é de como traçar a imagem política atual do governo Jair Bolsonaro nos primeiros 150 dias, considerando as reportagens de *sites* do Brasil, utilizando para isso o indicador eficiência na gestão. O objetivo geral é analisar as medidas de gestão tomadas no início do governo Jair Bolsonaro, buscando compará-las com as promessas eleitorais e o seu grau de eficiência na gestão. Já como objetivos específicos, têm-se: catalogar as principais medidas dos 150 dias do governo Jair Bolsonaro; Verificar os índices de aprovação dos primeiros 150 dias do governo Bolsonaro e a sua imagem política atual; Demonstrar alguns impactos e grau de eficiência das medidas tomadas nos 150 dias nos aspectos sociais, econômicos e políticos do governo Jair Bolsonaro. Metodologicamente, este estudo apresenta características de natureza bibliográfica e documental, e pode ser classificado como pesquisa descritivo-exploratória com natureza qualitativa, através de um estudo de caso. Como resultados, têm-se que: o governo Bolsonaro possui dificuldades na formação de equipe de trabalho, entraves burocráticos, falta de diálogo com os parlamentares e de bom trato com a imprensa. Conclui-se, portanto, que é necessário que o governo reveja suas práticas políticas e melhore seu quadro de ministros, baseando-se mais em âmbito profissional e preocupando-se com as demandas sociais.

PALAVRAS-CHAVE: Estratégia. Governo. Marketing. Sites.

ABSTRACT

The central problem of this research is how to draw the current political image of the Jair Bolsonaro government in the first 150 days, considering the Brazilian site reports, using the indicator efficiency in management. The general objective is to analyze the management measures taken at the beginning of the Jair Bolsonaro administration, seeking to compare them with the electoral promises and their degree of efficiency in management. Already as specific objectives, we have: catalog the main measures of the 150 days of the government Jair Bolsonaro; Check the approval ratings of the first 150 days of the Bolsonaro administration and its current political image; Demonstrate some impacts and degree of efficiency of the measures taken in the 150 days in the social, economic and political aspects of the Jair Bolsonaro government. Methodologically, this study presents characteristics of bibliographic and documentary nature, and can be classified as a descriptive-exploratory research with a qualitative nature, through a case study. As a result, the Bolsonaro administration has difficulties in forming a work team, bureaucratic obstacles, lack of dialogue with parliamentarians and good relations with the press. It is therefore concluded that it is necessary for the government to review its political practices and improve its staffing by drawing more on a professional level and taking care of social demands.

KEYWORDS: Strategy. Government. Marketing. Websites.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	6
2 MARKETING POLÍTICO NO BRASIL.....	8
2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DO MARKETING.....	8
2.2 AS PRIMEIRAS FASES DO MARKETING POLÍTICO NO BRASIL.....	11
2.3 PAPEL DOS MARQUETEIROS E AS REDES SOCIAIS.....	13
3 METODOLOGIA.....	16
4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DO GOVERNO BOLSONARO NOS SEUS PRIMEIROS 150 DIAS.....	17
4.1 POLÍTICA.....	17
4.1.1 Demissão de Gustavo Bebianno.....	17
4.1.2 Nível de aprovação do Governo Bolsonaro.....	18
4.2 ECONOMIA.....	20
4.2.1 Reforma da Previdência.....	20
4.2.2 Pagamento do 13º do Bolsa Família.....	21
4.3 SEGURANÇA PÚBLICA.....	22
4.3.1 Posse de armas.....	22
4.3.2 Pacote anticrime.....	24
4.4 EDUCAÇÃO.....	26
4.4.1 Demissão de Ricardo Vélez.....	26
4.4.2 Cortes na educação.....	27
4.5 RELAÇÕES INTERNACIONAIS.....	28
4.5.1 Entrada do Brasil na OCDE.....	29
4.5.2 Isenção unilateral de visto.....	30
4.6 NOTÍCIAS COLETADAS NO PERÍODO DE 01 DE JANEIRO A 30 DE MAIO.....	32
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	35
REFERÊNCIAS.....	37

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo se constitui a partir de uma construção histórica do marketing político que teve início por volta de 1950, efetivando uma prática de eficácia e poder, no século XVI, uma mistura de urbanização, industrialização e publicidade que tiveram um papel valioso para a sociedade, uma ferramenta moderna com grande força social e cultural.

No início do século XIX, com a eclosão de novas ciências humanas, ciências que estudam comportamentos da sociedade como psicologia e sociologia, estas passaram a ser prioridades. Convém ressaltar que com o passar do tempo em meio ao século XX os números foram evoluindo e consolidando ainda mais as pesquisas de opinião pública.

Com a publicidade ganhando força os financiamentos foram multiplicando-se com velocidade, com aparição de novos meios de propaganda atingindo vários veículos de comunicação, também utilizados como meios anunciantes dos bens de consumo e de serviços, a saber, o rádio, a televisão, chegando até o contexto dos dias atuais com a internet.

Entretanto, Kotler (1978) afirma que o marketing é um elemento presente em todas as áreas da sociedade e que, por essa razão devem ser abertas às mais variadas organizações sociais, e não apenas que visam ao lucro. No entanto, postula este mesmo autor, que o marketing é uma administração eficaz de uma organização, de suas relações de troca com vários mercados e diversos públicos.

Lima (2002) também é um autor que tece suas considerações acerca do conceito de marketing. Ele afirma que o vocábulo marketing é utilizado para designar processos que cumprem o objetivo de assegurar elevado grau de satisfação diante das necessidades dos consumidores e dos vendedores, através do processo de troca.

Sendo assim, este estudo delimita-se em abordar em termos do indicador eficiência na gestão os 150 dias do governo de Jair Bolsonaro no Brasil, utilizando nesta análise publicações da internet, livros e demais instrumentos que viabilizam esta análise de forma imparcial e com recortes que demonstrem o grau de eficiência em seus atos administrativos enquanto gestor público.

Neste contexto, o problema deste estudo é: **Como traçar a imagem política atual do governo Jair Bolsonaro nos primeiros 150 dias, considerando as reportagens de sites do Brasil, utilizando para isso o indicador eficiência na gestão?**

Em relação ao objetivo geral têm-se: analisar as medidas de gestão tomadas no início do governo Jair Bolsonaro, buscando compará-las com as promessas eleitorais e o seu grau de eficiência na gestão.

E como objetivos específicos, estabeleceu-se: catalogar as principais medidas dos 150 dias do governo Jair Bolsonaro; verificar os índices de aprovação dos primeiros 150 dias do governo Bolsonaro e a sua imagem política atual; demonstrar alguns impactos e grau de eficiência das medidas tomadas nos 150 dias nos aspectos sociais, econômicos e políticos do governo Jair Bolsonaro.

Esta pesquisa se justifica pela contribuição aos estudos designados à área de gestão pública, com ênfase em marketing político, sendo importante um estudo que analise o governo atual, mostrando o cenário político que se vive hoje no Brasil. Pensando nisso a proposta é analisar os primeiros 150 dias do governo Jair Bolsonaro e sua imagem política atual, verificando também seus índices de aprovação.

O presente estudo além de qualitativo é construtivo não só para estudiosos da área, mas para a sociedade como um todo, pois tais resultados evidenciam se o governo está sendo eficiente em suas decisões ou não, sejam elas em aspectos sociais, econômicos e políticos.

Em termos metodológicos, este estudo apresenta características de natureza bibliográfica e documental, e pode ser classificado como pesquisa descritivo-exploratória com natureza qualitativa, através de um estudo de caso. O referente estudo se baseia, por sites, que é uma ferramenta digital de grande influência, que sustentam e auxiliam na construção positiva de imagens públicas, além da utilização de documentos e livros, como os de marketing político.

Foi utilizado ainda como referencial teórico, autores, como: Castilho (2014), Teixeira (2006). E em relação aos principais sites consultados, têm-se: UOL, Folha de São Paulo, G1, Carta Capital, Correio Brasiliense.

Para melhor estruturação e apresentação das análises do presente estudo, o texto está distribuído da seguinte forma: na introdução expõe-se o tema da pesquisa, apresentando, em seguida a pergunta norteadora, logo após vem os objetivos, para os quais direcionamos a pesquisa em busca de resposta(s). Posteriormente, está explanando o porquê da importância da pesquisa proposta e expondo a apresentação metodológica. A seguir, dispõe-se de uma apresentação do arcabouço teórico que auxiliou como uma fundamentação teórica para a análise do tema proposto. Logo em seguida, são apontados todos os dados que foram

coletados. Por fim, vêm as considerações finais, as referências bibliográficas e os anexos utilizados para o referido estudo.

2 MARKETING POLÍTICO NO BRASIL

Nos últimos anos o Brasil tem passado por grandes mudanças na forma de gerenciamento do seu marketing político, o que provoca aumento ou diminuição de reputações, necessitando cada vez mais de equipes de marketing e de seu planejamento estratégico. Neste contexto, tratou-se neste trabalho sobre a contextualização histórica do marketing, as primeiras fases do marketing no Brasil e o papel dos marqueteiros.

2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DO MARKETING

O Marketing é um grupo de opiniões técnicas que se unem apropriadamente, moldando as atitudes de uma campanha eleitoral, fazendo uma ligação direta entre o governante e a população, de forma planejada e organizada sempre com competência e eficácia no que se propõe a fazer. O Marketing Político busca moldar o candidato de acordo com o que os eleitores buscam, sempre enfatizando o potencial do candidato em busca do maior número possível de eleitores.

No ano de 1954 acontecia o primeiro registro da utilização de técnicas de marketing eleitoral no Brasil e por volta de 1960 e 1970 foram registrados algumas séries de atividades de marketing político, assim só efetivando mesmo o uso das atividades de por volta de 1980 e após a eleição de 1982 quase 30 anos depois que o marketing político foi ganhando força e passando por diversas transformações políticas. É importante frisar que o jornalismo e a rádio tiveram um papel indispensável para uma estruturação empresarial. (CASTILHO, 2014).

No entanto, Des Hons (1982) diz que outras pesquisas realizadas sobre o período de 1950-1960 chegaram a resultados semelhantes, enfatizando o aumento das inversões publicitárias nestas décadas supracitadas, o que permitiu que os maiores jornais se tornassem independentes das assinaturas ou das vendas avulsas.

No século XIX, publicidade era praticamente sinônimo de anúncios impressos nos jornais. Nesse período inicial o papel do agente de publicidade era o mediador do contrato entre os jornais e as empresas, das quais recebiam uma provisão. Inicialmente os agentes de

publicidade eram agentes dos jornais, autorizados pelos editores a fazer contratos com qualquer um que desejasse anunciar.

Segundo Lien (1997, p. 49 apud Castilho 2014, p. 42), “Por esses serviços eles deduziam uma proporção de dinheiro pago pelos anunciantes”. Ou seja, o pagamento pelo trabalho de marketing já era feito de forma separada e com valores diferenciados.

Na época existiam técnicas de marketing, que desde o seu surgimento já se preocupava com as grandes pesquisas mercadológicas e com os progressos obtidos nas ciências sociais. O marketing surge como um auxílio no desempenho de tarefas prontas para levar aos consumidores os benefícios e qualidade dos produtos, assim sendo um ponto fundamental para a economia e para a prática comercial.

[...] O “marketing” assumirá, assim, diferentes sentidos e pretensões de acordo com a complexificação da economia e das sociedades modernas, incluindo as formas particulares de construção do “mercado consumidor”. A origem do “marketing” parece esta ligada ao complexo processo de interação do “mercado consumidor” numa nação de dimensões continentais como é o EUA ao longo do século XIX. Durante a segunda metade deste século, em especial, a própria compreensão da nação passou a ser crescentemente associada à ideia de “mercado”, dada a escala da expansão da economia capitalista. (CASTILHO, 2014, p. 44).

Refletir acerca dos apontamentos descritos pelo autor, o marketing teve várias e grandes dificuldades para conseguir a sua consolidação e duramente se tornar uma profissão aceita pela sociedade. Assim, o marketing percorreu um longo caminho, dando início na publicidade, ampliando ainda mais suas atribuições até se tornar um grande sistema procurado pela administração de todo um processo de distribuição e consumo de um determinado produto.

Partindo deste pressuposto, Castilho (2014, p. 56) caracteriza o movimento como “ampliação do marketing” enfatizando as suas atividades e consolidação do marketing, o domínio conquistado nos seus serviços de campanhas eleitorais e administração pública jamais vistos em outros tempos.

Esse movimento passou a ter grandes destaques através da contribuição de Philip Kotler (1969, 1978) por volta das décadas de 1970 e 1980. Já segundo Kotler (1978, p. 13-14), conforme citado por Castilho (2014, p. 57) O “marketing” pode e deve ser estendido as mais diversas organizações sociais e não só aquelas que visam o lucro. Kotler postula que “o

marketing” é a administração eficaz, por parte de uma organização, de suas relações de troca com vários mercados e públicos.

Segundo Castilho (2014, p. 57) “a partir dos anos de 1980, a sociedade americana viu crescer o número de especialistas em “marketing”. Tais especialistas pretendem criar um número geral de funcionamento da sociedade baseado numa concepção da “troca” nas sociedades complexas que foi muito informado pelos avanços nas ciências humanas e sociais, inclusive na antropologia.

No Marketing moderno, inclusive o político, toda e qualquer estratégia adota parte da percepção do público-alvo para aproveitar as oportunidades do ambiente, escapar das ameaças, potencializar os pontos fortes e minimizar os fracos do candidato, do partido e da coligação de partidos a se formar especialmente para a eleição. Entretanto, de acordo com os conceitos modernos de Administração, não há fronteiras delimitadas entre os pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças. Um mesmo atributo do produto, serviço ou candidato pode ser um ponto forte ou fraco e a mesma variável do ambiente pode ser classificada como oportunidade ou ameaça. Uma força pode camuflar uma fraqueza e uma oportunidade pode trazer consigo uma ameaça. Depende, sobretudo, da percepção do público-alvo e das estratégias de Marketing. Em Marketing Político, essa flexibilidade tende a ser ainda maior. A política está voltada para a promoção de interesses, ideologias e valores sob a expectativa de recompensa. (TEIXEIRA, 2006, p. 23).

Segundo Teixeira (2006), é por trás do marketing, que existe o diálogo da sociedade com os líderes políticos, mostrando seus serviços e gastos com o bem público. É importante enfatizar a comunicação social que deve refletir a identidade entre o governo e seus governados.

O Marketing Eleitoral ele visa o curto prazo, contrário o Marketing Político que já tem um efeito a longo prazo, na maioria das vezes os políticos fazem planejamentos em curto prazo depositando expectativas e assim esperando um resultado rápido. Com isso, as instituições necessitam de marketing, fazendo entre elas uma troca, entre relações de pessoas, vendas de produtos, serviços e ideias, um partido político, seus candidatos, um governo necessitam de ter uma mente aberta e reconhecer a necessidade de um marketing e suas atuações, para uma boa divulgação e compreensão para e com o povo.

2.2 AS PRIMEIRAS FASES DO MARKETING POLÍTICO NO BRASIL

A partir da década de 1950 mudanças importantes sinalizam a passagem de um momento de incipiência da monetarização para outro momento – décadas de 1960 e 70 - no qual se consolida um mercado de bens culturais (ORTIZ, 1989, p. 113, *apud* CASTILHO, 2014, p. 66).

Com o passar dos tempos foram surgindo meios de comunicação como rádios, jornais impressos, revistas e televisão, a modernização foi um dos pontos “chave” para o marketing conquistar seu espaço na sociedade.

Segundo Castilho (2014) a rádio foi criada na década de 1950 com destaque populacional, desde do início este meio foi viável e de grande influência para os políticos institucionais. Teve destaque como a primeira rádio brasileira a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro que foi fundada por Roquette-Pinto e Henrique Moritze no ano de 1923.

No ano de 1954 acontecia o primeiro registro da utilização de técnicas de marketing eleitoral no Brasil e por volta de 1960 e 70 foram registrado algumas series de atividades de marketing político, assim só efetivando mesmo o uso das atividades por volta de 1980 e após a eleição de 1982 quase 30 anos depois que o marketing político foi ganhando força e passando por diversas transformações políticas (CASTILHO, 2014).

De acordo com as informações descritas pelo autor, o crescimento do marketing através dos meios de comunicação e tecnologia no Brasil eram alvos valiosos para os políticos, assim se existisse algo ou alguém que fossem contra seus ideais eram rigorosamente punidos.

Para tanto, Castilho (2014) descreve que, “a procura pelos novos “especialistas em campanhas”, aumentou consideravelmente, bem como a consolidação de uma “opinião pública” constituída pelos institutos de pesquisa.

Chegado este momento deve-se articular a importação da ideia de “marketing político” aos conteúdos históricos e culturais próprios ao contexto do Estado-nação brasileiro. Um grupo de especialistas data do ano de 1954 o “primeiro registro da utilização de técnicas de marketing eleitoral no Brasil (GRANDI, 1992, p. 22-23, *apud* CASTILHO, 2014, p. 66).

Embora as taxas de desigualdade e a exclusão social na sociedade brasileira estejam entre as maiores do mundo, as taxas de consumo de material produzido pela mídia eletrônica, e particularmente pela televisão, são altas, estando muito à frente da Europa Latina, por exemplo. O papel que a televisão assumiu para a conformação de um imaginário coletivo tem sido crescentemente reconhecido no Brasil recente, e importantes estudos já foram feitos sobre telejornalismo, as telenovelas e a recepção dos programas televisivos (Gleiser, 1983; Hamburger, 1988; Lins da Silva, 1985; para citar apenas alguns). A televisão no Brasil desenvolve-se, em termos comparativos, muito cedo, tendo o seu primeiro canal comercial de televisão sido inaugurado em 1950, com a Tupi de São Paulo. (CASTILHO, 2014, p. 68).

Com o aumento da publicidade no Brasil, e a modernização que veio por meio de agências e grandes empresas internacionais, principalmente americanas, sendo as pioneiras em ver a expressão em um departamento de propaganda da General Motors, um momento marcante.

A agência pioneira no Brasil foi a J. W. Thompson, no ano de 1929. Quando a agência foi exportada para outros países, já se tinha traçado um plano de estratégia consciente. Ainda na presidência de Stanley Resor no ano de 1927, tinha uma agência com o contrato com a General Motors Export Corporation, começando a abrir filiais nos países que tivesse atividade automobilística, depois chegou a segunda agência americana no Brasil, que foi a N.W. AyerandSon, no ano de 1931 e a terceira agência americana que se instalou também no Brasil foi a McCann-Erickson. (CASTILHO, 2014).

Na década de 1970, em pleno regime de ditadura no Brasil, a propaganda política na televisão e no rádio se resumia à aparição hostil do rosto do candidato com uma voz de fundo relatando seu nome, partido, número e um brevíssimo resumo do currículo, conforme determinava a Lei Falcão de 1976. Mas, paradoxalmente, o sistema de segurança nacional desenvolvido pela Ditadura incentivou avanço das telecomunicações no Brasil. Sem dúvida nenhuma, a televisão foi uma grande evolução nas comunicações e não poderia deixar de ser para a propaganda política, apesar do retardo por falta de tecnologia até a década de 1960 e devido ao regime autoritário a partir do então. O Marketing Político se fez presente em diversas épocas da história recente tornando ideologias em comunicação assimilável, como, por exemplo, com a marcha “Pra Frente, Brasil” no auge da Ditadura Militar e com a superprodução das “Diretas Já”, em 1984, sacramentada pela televisão. (TEIXEIRA, 2006, p. 18).

Teixeira (2006) cita a grande influência da escola norte-americana, nas estratégias de Marketing Político no Brasil, o autor enfatiza a relevância da forma de comunicação e de excluir qualquer tipo de obstáculo que venha à surgir tendo direito de retrucar qualquer tipo de ataque, uma forma evidente dessa influência norte-americana para com o Brasil é que as eleições brasileira vivem mais ligadas as aspectos de valores morais do que administrativos.

Nas campanhas eleitorais nos EUA, se faz um verdadeiro evento, com uso de imagens e sons.

No Brasil e quase no mundo inteiro, a campanha política profissionalizada com recursos de Marketing, como propaganda, promoção e publicidade aliadas aos meios de comunicação sofisticados, vem demandado maior investimento na campanha eleitoral, tornando a realidade política brasileira em mercado convidativo e inúmeros patrocinadores. O Marketing Político é um fenômeno bastante complexo, especialmente no Brasil, por suas peculiaridades. (TEIXEIRA, 2006, p. 21).

Castilho (2014) afirma ainda que a década de 1980 foi considerada pelos especialistas em marketing político uma técnica que utilizava dos jornais, da televisão e das declarações, elogios e acusações dos participantes das disputas “políticas” pela representação para demonstrar seu poder de sucesso.

Ainda segundo Castilho (2014) um dos momentos marcantes do “marketing político foi no ano de 1989 na campanha de Collor de Melo, houve um grande processo de amadurecimento entre as relações entre mídia e política”. A campanha de Collor foi considerada um sucesso pela divulgação e atividades bem executadas pelo marketing político, uma nova fórmula de fazer política no Brasil.

2.3 PAPEL DOS MARQUETEIROS E AS REDES SOCIAIS

O papel dos marqueteiros está ligado ativamente em atividades políticas econômicas ou comercial isso tudo de forma profissional. Desenvolvem vários papéis como dar entrevistas, escrever artigos em jornais, revistas que tenham destaques em marketing e publicidade, fazem divulgações, estudam e se aprimoram por meio de congressos, seminários sobre marketing e consultoria política. (CASTILHO, 2014).

Para tanto, Castilho (2014) esclarece a representação que os marqueteiros procuram construir com seus aliados:

[...] Essa representação que os “marqueteiros” e seus aliados procuram construir sobre si mesmo não é, entretanto a única. Boa parte daqueles que se preocupam com a atividade eleitoral tem uma enorme desconfiança para o “marketing político” e seus especialistas. Eles são acusados de manipuladores, de utilizar os meios de comunicação e as pesquisas de opinião para construir imagens positivas de seus clientes, responsabilizados em grande medida pelo crescimento exponencial do custo das campanhas eleitorais, tanto por conta dos seus honorários quanto por conta dos gastos com pesquisas de opinião e programas de televisão, etc. Mais ainda: não possuiriam limites éticos para a manipulação através dos meios de comunicação à distância, utilizando-se de episódios da vida particular dos adversários, se necessário (CASTILHO, 2014, p. 102).

O autor também enfatiza os planos que os “marqueteiros” constroem com frequência como um profissional da atividade, mostrando sua capacidade de fazer e desfazer a imagem dos políticos, fazendo tudo para vencer as eleições, projetando uma visão cuidadosa e formal das suas atividades e de seu exercício.

Conforme Castilho (2014) disserta, as associações, os congressos, seminários e cursos que tinham interesse em representar os marqueteiros, crescem muito por volta dos anos 1990, mais com pouca iniciativa se comparada as associações de grande porte. Porém, mesmo diante das iniciativas tímidas era visível a eficácia dos marqueteiros e suas articulações, a criatividade e velocidade com que se espalhavam deixavam os pesquisadores acadêmicos bastante admirados.

Segundo Castilho (2014, p. 102, conforme citado por Silva, 2018) a figura do marqueteiro aparece como centro das construções de sentido e daquilo que se busca alcançar ou atingir com a utilização das estratégias de marketing.

Trata-se de um indivíduo com amplo conhecimento técnico e especializado, que conseguem ser neutros e objetivos, tanto nas avaliações, quanto nas perspectivas que realizam para seus clientes, no sentido de qual posição no mercado eleitoral deverão seguir.

Refletir acerca dos apontamentos descritos pelo autor, em meio a credibilidade e o descrédito dos marqueteiros, em nenhuma instância ou contexto social se quer ter prejuízos vinculados a sua imagem, porém no contexto das mídias isso é considerado uma situação comum.

Isso também ocorre com a sociedade, o papel do marketing é de suma importância para a construção de uma imagem, seja ele um bem de consumo, serviço ou ate mesmo uma

figura pública, são articulações construtivas realizadas pelos marqueteiros, profissionais do marketing.

Ao falar-se de redes sociais digitais, tem-se como exemplo: Sites, Facebook, Instagram e Twitter são tidas como a nova era da modernidade, um ponto de encontro digital onde pessoas acessam e utilizam para conversas, diversão, jogos, interação e buscam informações do dia-a-dia.

Entretanto, é importante enfatizar que é por meio dessas plataformas sociais digitais que são inseridos os eleitores e os apoiadores virtuais. Por isso, as redes sociais digitais se tornou um objeto indispensável de apoio para que as campanhas sejam publicitadas.

E mesmo que a finalidade das redes sociais mude, mantém-se a busca de informações, pessoas, entretenimento, e com isso os marqueteiros orientam tecnicamente as figuras públicas a ampliar a mobilização em favor de suas campanhas e assim conseguir votos.

O maior objetivo de uma campanha é influenciar o comportamento das pessoas na direção de obter delas os votos, em uma perspectiva holística, respeitando as premissas da soberania e da consciência do eleitor na busca de benefícios sociais pelos instintos naturais de proteção e pela ética e legitimidade das ações baseada em princípios éticos (TEIXEIRA, 2006, p. 116).

Segundo Silva (2018) em tempo de “*Fake News*”, é visível os conflitos diários entre as pessoas, o que gera discórdias, insatisfações, uma guerra gerada para disputar qual dos candidatos é superior. E é a partir do marketing eleitoral que foram desenvolvidas um conjunto de ações e técnicas através dos investimentos feitos por empresários, pessoas que se de modo geral se interessam pelo contexto político, devido bases ideológicas, através de campanhas virtuais e sem falar na participação popular que é de suma importância.

Essa Comunicação *on-line* permite uma interação e um fluxo de informação entre o público que nas demais mídias são inexistentes, é possível analisar os resultados de uma campanha, alterar e identificar as melhores estratégias e se posicionar perante o público em tempo real, além de expor e compartilhar materiais.

Um exemplo recente foi a campanha de 2018, principalmente no segundo pleito eleitoral, em que os candidatos Fernando Haddad (PT) e Jair Bolsonaro (PSL) concorriam, isto é, verificou-se que as informações surgiam numa grande velocidade. Depois de eleito o Presidente Jair Bolsonaro não fez diferente, permaneceu nas redes sociais, onde o modelo adotado por ele e seus seguidores tem capacidade de aproximá-los da população e do nada gerar polêmicas.

A maioria das postagens feitas pelo Presidente Jair Bolsonaro nas redes sociais é sobre os atos que ocorrem no seu governo. Porém, suas ideologias, ganham um alcance maior entre os usuários e geram polêmicas por ter uma postura de enfrentamento constante e os discursos agressivos, em que reivindica ser o defensor e restaurador da ordem perdida em outros governos.

3 METODOLOGIA

Considera-se como sendo de grande importância debater acerca das características de cada tipo de pesquisa que compõem a natureza metodológica desse estudo. Sendo assim, a abordagem escolhida foi uma análise qualitativa dos dados coletados que culminaram com a elaboração e apresentação dos resultados dessa pesquisa.

Para este estudo de caso foi utilizado o método de pesquisa descritivo-exploratória com a finalidade de analisar as medidas de gestão tomadas no início do governo Jair Bolsonaro (exatamente em seus 150 dias de governo, ou seja, de 01 de janeiro a 30 de maio de 2019), buscando compará-las com as promessas eleitorais e o seu grau de eficiência na gestão, partindo de uma revisão bibliográfica composta por autores da área.

A finalidade é traçar um “padrão” que possa ser trabalhado como exemplo aplicado junto aos objetivos empíricos. Para isso, a pesquisa foi baseada em estudos em livros e *sites* de confiança para enriquecimento da pesquisa. O referente estudo se baseia, por *sites* confiáveis (G1, Folha de São Paulo e Carta Capital, Exame, Veja, UOL, Correio Braziliense), que são uma ferramenta digital de grande influência, que sustentam e auxiliam na construção positiva de imagens públicas, além da utilização de documentos e livros, como os de marketing político.

As reportagens foram recortadas considerando o nível de sua importância para o desenvolvimento do Brasil de acordo com o olhar da pesquisadora, além de buscar centrar a análise para o grau de viés de eficiência na gestão pública. Durante a pesquisa foi perceptivo uma dificuldade em encontrar sites e reportagens de cientistas políticos e especialistas da área avaliando e comentando pontos negativos e/ou principalmente positivos da gestão do atual governo em seus primeiros meses, acarretando em dificuldades na análise e na discussão.

Para análise do seu governo foram separadas pela pesquisadora cinco categorias de análise: política, economia, segurança pública, educação e relações internacionais que será analisada de forma particularizada tendo em cada categoria duas reportagens de grande

relevância para o governo. Uma análise mais superficial e breve será feita com outras reportagens que estão nos anexos deste trabalho.

A pesquisa qualitativa tem seu foco nos aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se, pois na compreensão e na explicação das dinâmicas das relações sociais. (SILVA, 2018, p. 30).

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DO GOVERNO BOLSONARO NOS SEUS PRIMEIROS 150 DIAS

As notícias sobre os primeiros 150 dias do Governo Bolsonaro foram coletadas em sites (UOL, Folha de São Paulo, G1, Carta Capital, Correio Brasiliense) e separadas para análise em cinco categorias: política, economia, segurança pública, educação e relações internacionais, analisando e comparando-as de acordo com as promessas feitas pelo candidato Jair Bolsonaro na campanha de 2018, verificando seu grau de eficiência e sua imagem política.

4.1 POLÍTICA

Este item trata de decisões políticas feitas pelo governo atual e que tiveram impacto em sua gestão.

4.1.1 Demissão de Gustavo Bebianno

A primeira reportagem relata a demissão do ex ministro-chefe da Secretária-Geral da Presidência, em 47 dias do governo Bolsonaro, Gustavo Bebianno foi a primeira baixa do governo.

FIGURA 1 - NOTÍCIA REFERENTE A DEMISSÃO DE GUSTAVO BEBIANO

15/02

Bebianno diz que "não tem crise nenhuma" no governo, mas diz que **não sabe se ficará no cargo.**

18/02

· TROCA NA EQUIPE ·

Bolsonaro demite Bebianno e nomeia Floriano Peixoto para a Secretaria-Geral

Fonte: Portal de notícias G1 (2019).

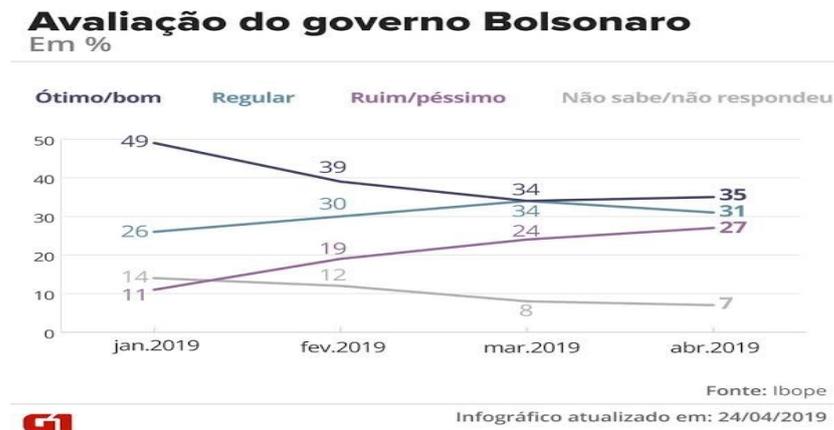
Ainda assim com queda de Bebianno o governo Bolsonaro relata que mesmo perdendo um grande integrante a reforma da Previdência no Congresso não será afetada e relata com convicção que a demissão não se trata de uma crise partidária, mas uma ação que provocou uma reação.

Em uma entrevista concedida ao jornal Correio Braziliense, o cientista político da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) Homero de Oliveira (2019) lembrou que Bebianno não é “qualquer um” dentro do governo, pois foi um dos integrantes do PSL mais engajados durante a campanha presidencial. Este fato revela uma instabilidade, em menos de dois meses, de um governo que se mostrou complexo e que concedeu uma liberdade excessiva aos familiares do presidente, afirmou. Ele ressaltou a preocupação de militares com relação à intervenção demasiada dos filhos nos assuntos do governo.

Levando em consideração a influência dos filhos no governo e a forma como o presidente reagiu à situação, ao compartilhar mensagem em que Carlos Bolsonaro dizia que Bebianno mentiu, chamou a atenção de especialistas. Cientistas políticos como Vera Lucia Chaia, professora da PUC-SP e Leonardo Barreto professor da FGV ouvidos pela BBC News Brasil apontam que o presidente fugiu dos padrões ao expor o desentendimento em rede social, em vez de solucioná-lo de forma interna e reservada.

4.1.2 Nível de aprovação do Governo Bolsonaro

A segunda reportagem mostra como está a aprovação do governo segundo dados do instituto brasileiro de opinião e estatística (IBOPE).

FIGURA 2 - NÍVEL DE APROVAÇÃO DO GOVERNO BOLSONARO

Fonte: Portal de notícias G1 (2019).

O governo Jair Bolsonaro (PSL) teve um aumento significativo de 3% na pesquisa de abril subindo de 24 para 27 o índice ruim/péssimo . Os dados são da pesquisa Ibope encomendada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) . O desempenho do governo variou dentro da margem de erro, em relação à última pesquisa do instituto, em março.

De acordo com o Ibope, 35% consideram o governo "ótimo ou bom"; 27% "ruim ou péssimo" e outros 31% classificam como "regular", e 7% dos entrevistados não sabem ou não responderam

Bolsonaro assumiu a presidência com um discurso antissistema e o desafio de retomar o crescimento econômico do país. Essa porcentagem de 35% de aprovação do governo Bolsonaro é a prova de que as pessoas ainda não se sentem seguras em relação ao seu governo sem prioridades. Outro ponto que pesa nas pesquisas é a relação frequente que Bolsonaro tem com as redes sociais e o contato direto com seus eleitores.

Segundo o cientista político Fernando Schüler (2019) em uma entrevista dada a revista Exame Bolsonaro esta enfrentando problemas no início do seu governo não por falta de inexperiência e sim por tentar governar de formas diferentes de seu antecessores. O Presidente pode acarretar grandes problemas para o seu governo caso não consiga achar a fórmula certa para governar e implementar a sua agenda frente ao Congresso, já que é contra o sistema de coalizão.

O cientista político Fernando Limongi (2019) diz que a prática utilizada por Bolsonaro contra alianças e conchaves políticos revela um despreparo do então presidente. Limongi também enfatiza, a dificuldade que o governo enfrente caso não façam acordos com partidos, logo, só os partidos podem definir a agenda de votações no Congresso.

4.2 ECONOMIA

Este item trata das tomadas de decisões econômicas tomadas pela equipe do presidente e suas implicações que afetam a economia nacional.

4.2.1 Reforma da Previdência

Uma das propostas feitas na campanha do atual presidente Jair Bolsonaro é a Reforma da Previdência, porém está acontecendo alguns impasses para o governo conseguir apoio da população e dos parlamentares para a proposta ser aprovada com agilidade.

FIGURA 3 - REFORMA DA PREVIDÊNCIA

Maioria apoia reforma da Previdência, mas rejeita modelo de Bolsonaro

- Giovanna Galvani



Fonte: Carta Capital (08/05/2019).

O texto apresentado pelo ministro da Economia, Paulo Guedes, foi aprovado na Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ) no dia 24 de abril em meio à críticas pela não divulgação dos dados que amparavam os pontos da Reforma, que foram apresentados apenas 02 (dois) dias depois.

O projeto muda a idade mínima de aposentadoria – de 62 anos para mulheres e 65 anos para homens -, e estabelece 03 (três) regras de transição. Para 80% dos entrevistados pela pesquisa, no entanto, a aposentadoria deveria ocorrer até os 60 anos. Quando perguntados se as pessoas deveriam se aposentar mais tarde por estarem vivendo mais, a maioria dos entrevistados se mostrou contrária.

Aprovar regras que dificultam a aposentadoria dos trabalhadores e reduzem o valor dos benefícios é um desafio para qualquer governo em qualquer democracia. No Brasil, a

missão tem um agravante: deverá ser enfrentada por um governo que foi eleito com o discurso de que não usaria velhos instrumentos de negociação com os parlamentares.

Aos olhos do cientista político Leonardo Barreto (2019) o governo tem vergonha de fazer política e dificulta o relacionamento com o Congresso Nacional por ter prometido no pleito eleitoral não usar os mecanismos da velha política; ele também diz que a reforma tem grande chance de ser aprovada, caso o executivo resolva dividir a gestão e entrar em um acordo com os parlamentares que tem disposição para defender o governo.

Professor da Fundação Getúlio Vargas, o cientista político Carlos Pereira (2019) diz que o governo tem de oferecer moedas de troca ao Congresso, visto que a proposta de mudança nas aposentadorias gera muita pressão contrária.

Essa é uma reforma que gera custos (políticos) concentrados e haverá oposição, que precisa ser superada. Para isso, o governo tem que ter moedas de troca. Uma das moedas de troca que o governo já sinalizou é a execução de emendas parlamentares. Além disso, vai ter que ofertar espaços de poder dentro do Executivo (aos partidos) para que parlamentares se sintam comprometidos. (PEREIRA, 2019, p. 01).

Enquanto o ministro da Economia Paulo Guedes pede seriedade e agilidade para a aprovação do projeto da reforma da previdência ao Congresso, para que de fato a economia do país aqueça e volte a crescer, os parlamentares se sentem insatisfeitos com a falta do envolvimento direto do governo através de articulações políticas.

4.2.2 Pagamento do 13º do Bolsa Família

O 13º da bolsa família foi uma promessa de campanha eleitoral do atual presidente Jair Bolsonaro e uma das metas prioritárias cumpridas nos seus primeiros cem dias de governo.

FIGURA 4 - PAGAR 13º PARA QUEM RECEBE BOLSA FAMÍLIA



Política

Bolsonaro anuncia criação do 13º salário do Bolsa Família

Pagamento extra será feito em dezembro já a partir de 2019. Segundo o presidente, dinheiro virá do combate a fraudes e repasses indevidos do programa

Fonte: Revista Veja (11/04/2019).

O Bolsa Família foi um dos principais fatores para que o Brasil cumprisse, com dez anos de antecedência, o primeiro Objetivo de Desenvolvimento do Milênio (ODM) proposto pela Organização das Nações Unidas (ONU): reduzir a extrema pobreza pela metade (BRASIL,2015).

O Programa Bolsa Família é um programa de ação social que segundo pesquisas feitas apontam eficiência na sua política de desenvolvimento social, contribui na redução de pobreza dando autonomia aos beneficiários e acesso a saúde, educação, alimentação e trabalho.

O Programa também contribuiu para que o Brasil saísse do Mapa da Fome, o que foi anunciado, no fim de 2014, pela Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação (FAO) (BRASIL, 2015).

A Bolsa Família atende às famílias com crianças ou adolescentes de 0 a 17 anos que vivam em situação de pobreza e de extrema pobreza, isto é, com renda per capita de até 89 reais mensais e entre 89,01 reais e 178 reais mensais. De acordo com a pasta da Cidadania, ocupada pelo ministro Osmar Terra, o 13º da Bolsa Família será pago em dezembro para todos os beneficiários, seguindo o calendário regular de repasses do programa.

Embora esteja em baixa com os menos favorecidos Bolsonaro não usou o anúncio do 13º da bolsa família como um aliado para diminuir sua rejeição com a população mais pobre no dia da solenidade dos seus primeiros 100 dias de governo.

4.3 SEGURANÇA PÚBLICA

Este item trata das decisões na pasta de segurança pública e suas implicações na forma de lidar com este tema de grande relevância nacional.

4.3.1 Posse de armas

Uma das primeiras medidas tomadas pelo Governo Bolsonaro foi assinar o decreto que facilita o porte de armas de fogo para a população, uma de suas principais promessas na campanha eleitoral, mesmo com 61% da população sendo contra sua medida, como foi divulgada a pesquisa pelo *Datafolha* em dezembro de 2018.

FIGURA 5 - DECRETO QUE FACILITA PORTE DE ARMA DE FOGO

Bolsonaro assina decreto que facilita posse de armas

Texto estabelece situações em que está presente a 'efetiva necessidade' de possuir arma em casa. Decreto ainda estende de 5 para 10 anos a validade do registro da posse.

Fonte: Portal de notícias G1 (05/01/2019).

Em seu plano de governo Bolsonaro já afirmava que iria fazer mudanças no Estatuto do Desarmamento, que reúne regras para posse e porte de armas no país. Em entrevistas e aparições públicas, Bolsonaro diz ser a favor da posse de armas de fogo para garantir o direito à legítima defesa para quem ele classifica de “cidadão de bem”.

O Fórum Brasileiro de Segurança Pública, que enxerga a medida com “bastante preocupação”, diz, em nota, que o decreto “carece de uma análise do Congresso Nacional, e parece ter sido feito sob medida para agradar alguns eleitores do atual presidente da República.” Eles também qualificam a medida como uma “artimanha” do governo “para desviar o foco do que realmente interessa”.

Eles ainda dizem que a medida é uma forma de burlar o Estatuto do Desarmamento, vai na contramão de estudos que indicam que maior número de armas nas mãos de civis colabora para o aumento da violência e deve agravar ainda mais a crise na segurança pública.

O Governo Federal deveria trabalhar para identificar as razões que levaram à queda dos homicídios em 2018, e assim documentá-las para serem replicadas, ao invés de insistir na aposta de receitas comprovadamente equivocadas para o setor, diz o documento dos especialistas em segurança pública.

Ainda segundo o Instituto Sou da Paz (2019) afirma que facilitar o acesso a armas e munições é “prejudicial ao Brasil”. Já a Fenaj (2019), por sua vez, afirma em nota que o governo Bolsonaro promove o armamento da população e que a medida não contribui para conter a violência; ainda acrescentando: “Ao contrário, a posse de armas de fogo pela população é determinante para mortes acidentais e contribui significativamente para o aumento da violência social.”

O texto do Estatuto do Desarmamento alterado por Bolsonaro já passou por várias mudanças e ainda geraram críticas de entidades ligadas à segurança pública. Análises técnicas

feitas por servidores da Câmara e do Senado apontaram ilegalidades no decreto e indicaram que a medida extrapolou o poder regulamentar. Mesmo tendo sido um dos primeiros decretos assinados pelo presidente, o projeto ainda não teve sucesso no congresso fragilizando ainda mais o governo.

4.3.2 Pacote anticrime

O Brasil vem a alguns anos sofrendo com a insegurança, violência, escândalos de corrupções entre outros. E uma das propostas de campanha do Presidente Jair Bolsonaro foi melhorar a segurança pública e dando proteção e vez ao cidadão de bem.

FIGURA 6 - PACOTE ANTICRIME DE MORO

**Pacote anticrime:
Sérgio Moro
apresenta
propostas contra
corrupção, crime
organizado e
crimes violentos**

Ministro da Justiça apresenta pacote anticrime a governadores e secretários de Segurança Pública.

Fonte: Portal de notícias G1 (04/02/2019).

Uma aposta do governo foi chamar o ex-juíz Sérgio Moro para ser Ministro da Justiça, por sua fama de salvador da Pátria por ter julgado e condenado na operação Lava Jato o ex-presidente Luíz Inácio Lula da Silva, uma das maiores operações de corrupção e lavagem de dinheiro no Brasil.

Sérgio Moro atual Ministro da Justiça e Segurança Pública apresentou o pacote anticrime para o governo Bolsonaro a primeira vez em fevereiro de 2019 as propostas são contra corrupção, crime organizado e crimes violentos, o pacote também altera 14 leis. O Ministro da Justiça exigiu da Câmara agilidade na análise do pacote. Com o insucesso e exigências de Moro, presidente da Câmara Rodrigo Maia que criticou o ministro de conhecer pouco a política.

Além de não conseguir o apoio do Congresso para agilidade da tramitação do pacote, o texto de Moro segundo entidades Jurídicas e especialistas precisa de alterações:

Bruno Paes Manso, pesquisador do Núcleo de Estudos da Violência da USP (2019) – diz que é preocupante as alterações propostas pelo ministro no Código Penal para legítima defesa. Ele ainda enfatiza que as leis atuais já garantem que os policiais não sejam punidos por matar em legítima defesa no Brasil, mas que ainda é preciso avançar no controle sobre os excessos ou crimes praticados por corporações, algo que ficaria ainda mais difícil com as mudanças. "Raros são os casos punidos, já o que depoimento do autor costuma ser suficiente para que o Judiciário archive o caso. Exceção ocorre quando há testemunhos ou provas que apontem excesso ou má-fé por parte do policial", destaca.

Já o Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP) – diz que enquanto entidade considera o projeto como o ponto de partida para o aprofundamento do debate sobre como reduzir a violência no país, mas afirmou que a proposta "ainda depende de uma análise mais aprofundada", sobretudo porque sugere a alteração de vários pontos do Código de Processo Penal. "Combater a lavagem de dinheiro é necessário, mas insuficiente para frear a escalada do crime organizado", disse o FBSP.

Para a entidade, o projeto ignorou temas importantes para o setor, como a reorganização federativa, o funcionamento das polícias, governança, gestão, entre outros. A entidade ainda recebeu com "estranhamento" o projeto ter sido elaborado sem consulta aos profissionais do Conselho Nacional de Segurança Pública e Defesa Social e do Conselho Nacional de Políticas Penitenciárias, entre outros órgãos.

O FBSP também aguarda que "os pontos mais polêmicos sejam devidamente esclarecidos e aprimorados, entre eles o papel do Executivo Federal na promoção ou indução dessas medidas em parceria com os Estados".

A produção legislativa em torno da segurança pública e do sistema de justiça criminal tende a um "equilíbrio" em normas mais punitivas de um lado como, também, de ampliação de direitos civis do outro (NÓBREGA JR., 2018, p. 28).

Com essas divisões de opiniões entre analistas e especialistas em segurança pública e divergências com o presidente da Câmara Rodrigo Maia o pacote anti-crime continua na espera para passar na Câmara. Outro ponto importante é que sem maioria no Congresso os projetos do Governo Bolsonaro dificilmente passaram na Câmara.

4.4 EDUCAÇÃO

4.4.1 Demissão de Ricardo Vélez

A gestão do ex-ministro da Educação Ricardo Vélez foi marcada por grandes polêmicas em sua passagem pelo MEC. A pasta estava em crise desde o início da gestão do colombiano, a sua condução era questionada até pelo próprio governo.

FIGURA 7 - DEMISSÃO DE RICARDO VÉLEZ

Ministro da Educação é demitido após gestão marcada por controvérsias e recuos

Intensa troca de cargos também marcou os mais de três meses do ministro no posto. Nesse período, quatro nomes chegaram a ser anunciados para a secretaria-executiva da pasta.

Fonte: Portal de notícias G1 (08/04/2019).

Num período de menos de 100 dias, o tempo que durou a gestão de Ricardo Vélez, o MEC registrou nada menos que 17 (dezessete) baixas em cargos de alto escalão. Reportagem publicada por VEJA mostrou que, sob o comando de Vélez, o ministério tornou-se o epicentro de um pandemônio no governo federal, com brigas ideológicas e projetos emperrados. Enfraquecido, Vélez passou a ser bombardeado por evangélicos, militares e partidos políticos.

Uma gestão fracassada marcada por declarações polêmicas e infelizes, reações negativas e exonerações, assim ficou conhecida a passagem de Ricardo Vélez, pelo MEC.

Na posse o Ministro Vélez avisa que terá uma alteração no edital do Programa Nacional do Livro e do Material Didático (PNLD) para 2020 causou a primeira onda de reações contra as ações do MEC. Com as novas regras, os livros didáticos para o Ensino Fundamental 2 não seriam mais obrigados a mencionar temas como o combate à violência

contra a mulher e a valorização dos povos quilombolas, e poderiam inclusive conter erros de impressão e ortografia. Repercussão negativa faz MEC cancelar mudanças.

Vélez por sua vez continua com suas mudanças e polêmicas em sua gestão: exonera chefe de gabinete do FNDE; ignora vencedor da eleição para direção de Ines; faz declaração polêmica que ideia de universidade para todos não existe, e depois se retrata em rede social sobre a declaração dada; MEC vira memes em redes sociais após Nota; ministro diz que brasileiro viajando é canibal; Vélez pede desculpas a mãe de Cazuza após atribuiu ao cantor e compositor a frase “liberdade é passar a mão no guarda”, que não é de sua autoria; ministro se retrata mais uma vez por declarações sobre os brasileiros, através de um vídeo.

Uma das ações mais polêmicas envolvendo o ministro foi à carta enviada às escolas. MEC pede que escolas filmem alunos cantando Hino Nacional. O MEC enviou às escolas uma carta assinada pelo ministro Ricardo Vélez Rodríguez que conclamava as escolas a instituir uma assembleia com todos os alunos e funcionários para cantar o Hino Nacional.

O que chamou atenção na carta de quatro linhas é que o ministro dizia que todos deveriam repetir o slogan de campanha de Jair Bolsonaro “Brasil acima de tudo. Deus acima de todos” e incitava os gestores a filmar o evento, identificar as pessoas e enviar a um endereço eletrônico do ministério. O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) deixa claro que não se pode filmar crianças e jovens sem autorização dos pais. No dia seguinte Ministro admite erro ao enviar carta às escolas.

Depois de muitas polêmicas e desculpas feitas pelo ex-ministro da Educação Ricardo Vélez, Bolsonaro deu uma nota dias antes de demitir o ministro, que segundo ele já estava mais que claro que não estava dando certa sua gestão no ministério. No dia 08 de abril Bolsonaro, informa por meio de uma nota no seu Twitter que o Ricardo Vélez estava exonerado do cargo de ministro.

O cientista político Aninho Irachande (2019) avaliou que a crise no MEC está relacionada com a forma de constituição do governo. Para ele, Vélez não foi escolhido por competência, mas, sim, para agradar um grupo político que tem influência no Executivo. Na análise dele, os acontecimentos no ministério é um reflexo da falta de conhecimento do atual dirigente da pasta sobre o funcionamento dos cargos e dos órgãos públicos.

4.4.2 Cortes na educação

Após o Ministério da Educação anunciar corte orçamentário de 30% para as universidades federais, professores e alunos foram protestar nas ruas e nas redes sociais contra a medida tomada pelo Ministro da Educação Abraham Weintraub.

FIGURA 8 - CORTES NA EDUCAÇÃO EDUCAÇÃO

Corte de 30% da verba valerá para todas as universidades federais, diz MEC

Fonte: UOL (30/04/2019).

Mesmo com grandes protestos que tomaram ruas das grandes cidades no Brasil e paralisações gerais, Bolsonaro manteve o corte e/ou contingenciamento das Instituições de Ensino da esfera Federal. E ainda disse em relação aos manifestantes: “são uns idiotas uteis, uns imbecis”. (Texto extraído de forma íntegra).

Durante a campanha, Jair Bolsonaro disse que priorizaria a educação, no entanto, o que fez foi cortes direcionados ao ensino superior das Instituições de Ensino da esfera Federal. Sua justificativa é que o Brasil esta devendo e não é pouco.

O pesquisador do Instituto de Estudo de Políticas Econômicas Casa das Garças Simon Schwartzman criticou os cortes anunciados pelo governo federal. Em entrevista ao GLOBO (2019), Schwartzman argumenta que a grande expansão da rede de ensino federal está na raiz da situação precária das contas das universidades, mas afirma que fazer contingenciamentos generalizados não é uma boa prática para corrigir o problema.

Ainda segundo Schwartzman (2019) para ele foi um erro expandir e criar novos Institutos Federais, misturando escola nível médio com universidades, isso porque acreditavam no momento de expansão que estavam vivendo e crendo no crescimento continuo da economia no país. Para ele existe espaço para uma politica racional de longo prazo e que use melhor os recursos. Contudo, para Schwartzman não se resolve esse problema fechando as universidades, impedindo que ela funcione no dia a dia, porque aí só vai agravar o problema.

4.5 RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Este item trata das decisões no âmbito das relações internacionais do Brasil com o mundo.

4.5.1 Entrada do Brasil na OCDE

Em uma visita de Bolsonaro a Washington em março, o Presidente dos EUA Donald Trump prometeu apoio ao Brasil para entrar na Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE). Na oportunidade, o presidente brasileiro prometeu em troca que o Brasil abriria mão do tratamento especial e diferenciado na Organização Mundial do Comércio (OMC), ao qual tinha direito por ser um país em desenvolvimento.

FIGURA 9 - A ENTRADA DO BRASIL NA OCDE

Em conferência, EUA apoiam entrada do Brasil na OCDE

Declaração de apoio foi feita na conferência da organização nesta quinta-feira (23), em Paris, que teve a participação do ministro das Relações Exteriores, Ernesto Araújo. O compromisso havia sido anunciado no encontro entre Bolsonaro e Trump em março.

Fonte: Portal de notícias G1 (23/05/2019).

A Declaração de apoio foi oficializada na conferência da organização na quinta-feira 23 de maio de 2019, em Paris, que teve a participação do ministro das Relações Exteriores, Ernesto Araújo.

A organização, atualmente com 36 países, é um fórum internacional que promove políticas públicas, realiza estudos e auxilia no desenvolvimento de seus membros, fomentando ações voltadas para a estabilidade financeira e fortalecer a economia global. Foi criada em 1960, por 18 países europeus mais EUA e Canadá. Além de incluir vários dos países mais desenvolvidos do mundo, o grupo abriu suas portas para nações em desenvolvimento como México, Chile e Turquia. Brasil, Índia e China têm status de parceiros-chaves.

Para alguns estudiosos é arriscado o ingresso do Brasil na OCDE pela situação que o país se encontra, fazendo corte em várias áreas do governo, já para outros a entrada do Brasil na OCDE é chance do país começar a fazer novos negócios e a ter novas oportunidades que viabilizam as reformas econômicas.

De acordo com Leonardo Trevisan (2019) doutor em ciência política pela Universidade de São Paulo e professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) em SP. Os EUA estão na tentativa de realizar uma reforma na Organização Mundial de Comércio e negociação e a aprovação do Brasil é parte de seus objetivos.

Segundo Trevisan (2019), ingressar na OCDE representa uma espécie de "selo" de confiabilidade para os países, como vários fundos de investimentos, aplicação de recursos em países que não fazem parte do grupo. A entrada na organização pode significar novas oportunidades de negócios, melhorar as estatísticas que são produzidas no Brasil, melhorando a confiabilidade do país.

Mas essa interpretação não é unânime. Para o economista Fábio Silveira, sócio-diretor da MacroSector Consultores, o "selo" de membro do clube dos ricos não necessariamente se traduziria em benefícios práticos.

Segundo Silvestre (2019) ele é contra a adesão do Brasil na OCDE desde o pedido de Temer em 2017, pela situação crítica econômica que o país vive. Esse ano no Brasil será o sexto ano consecutivo que o governo terá déficit primário - ou seja, que fechará as contas no vermelho. Por causa disso, a trajetória da dívida pública seguirá crescente. Sem interrupção da tendência, a nota de crédito do Brasil correria o risco de novo rebaixamento. Nesse cenário, a adesão à OCDE seria irrelevante.

A OCDE tem recomendações e protocolos sobre governança corporativa, combate à corrupção, transparência pública, tributação, defesa da concorrência, investimentos de empresas multinacionais, a produção e comércio de aço, agronegócio, derivados químicos, economia digital, entre outros.

4.5.2 Isenção unilateral de visto

O presidente Jair Bolsonaro isentou o visto para turistas dos EUA, Austrália, Canadá e Japão entrarem no Brasil. O decreto foi publicado em uma edição extraordinária do Diário Oficial da União e assinado pelo presidente Jair Bolsonaro e pelos ministros das Relações Exteriores, Ernesto Araújo; da Justiça e Segurança Pública, Sérgio Moro e do Turismo, Marcelo Álvaro Antônio.

FIGURA 10 - DISPENSA VISTO PARA TURISTAS DE EUA, AUSTRÁLIA, CANADÁ E JAPÃO

Mundo

Decreto de Bolsonaro dará isenção unilateral de visto a quatro países

Americanos, canadenses, japoneses e australianos não precisarão de vistos para entrar no Brasil; o mesmo não se aplica para brasileiros nestes locais

Fonte: Revista Veja (20/02/2019).

A data prevista para a decisão entrar em vigor foi do dia 17 de junho de 2019. Levando em consideração que ato também flexibiliza o poder dos ministros da Justiça e Segurança Pública e das Relações Exteriores para a dispensa de vistos.

A dispensa do visto de visita apenas se aplica aos nacionais dos quatro países que sejam portadores de passaportes válidos para: "entrar, sair, transitar e permanecer no território da República Federativa do Brasil, sem intenção de estabelecer residência, para fins de turismo, negócios, trânsito, realização de atividades artísticas ou desportivas ou em situações excepcionais por interesse nacional; e estada pelo prazo de até noventa dias, prorrogável por igual período, desde que não ultrapasse cento e oitenta dias, a cada doze meses, contado a partir da data da primeira entrada no País”

Segundo o Ministro do Turismo, o governo brasileiro tem a intenção de chegar até 2022 com 12 milhões de turistas, obtendo êxito em seus planos o governo terá praticamente dobrado o numero de visitantes se comparado ao ano atual. Porém os brasileiros não terão passo livre nos países isentos, terão que solicitar o visto, conforme as regras exigidas pelos demais países. Se tratando de uma decisão unilateral, que só foi tomada por um lado no caso por parte do Presidente Jair Bolsonaro, a decisão divide opiniões entre especialistas.

Para a professora de direito internacional da Universidade de São Paulo (USP), Maristela Basso, as concessões dessa natureza só são feitas entre os países quando há bilateralidade. "É preciso reciprocidade. Um retira uma exigência, o outro também. É surpreendente que se faça de outra maneira, considerando que vivemos em um tempo em que a comunidade internacional chama a atenção para os perigos do terrorismo, tráfico de drogas, pessoas. É absurdo. É um ato quase que beirando a irresponsabilidade. Do ponto

de vista internacional, não conta ponto nenhum. Uma coisa é abrir para a economia, outra coisa é escancarar sem cautela. Tem que saber o que ele quer da política externa. Não existe isso no plano intencional, não existe acordo que pese só para um lado", avaliou. (CB, BRASIL, 2019).

Já o economista e professor da Fundação Getúlio Vargas, Mauro Rochlin (2019) defende que o país tende a ganhar com o turismo estrangeiro. "Em termos econômicos, a medida não tem impacto relevante. Mas concorre no sentido de favorecer o turismo.

Nesse sentido, é importante, pois sinaliza para o alcance dos países, mas tem impacto limitado de interesse macroeconômico. Pode apontar para uma ambiente cada vez mais liberal para facilitar esse fluxo. Também não é um descontrole, pois há registros nas fronteiras. O Brasil tem mais a ganhar com o turismo estrangeiro, mesmo que seja uma medida que poderia ser objeto de barganha.

O Ministro do Turismo argumenta que a decisão não prejudica o "princípio da reciprocidade", pois o objetivo é incentivar a geração de emprego e renda no Brasil e ainda estreitar as relações dos países com a dispensa do visto.

Ainda segundo o Ministro Álvaro Antônio a pasta informou que os cidadãos dos quatro países beneficiados (EUA, Austrália, Canadá e Japão) pela medida já utilizam, atualmente, o visto eletrônico, que acelera a permissão de entrada no Brasil.

4.6 NOTÍCIAS COLETADAS NO PERÍODO DE 01 DE JANEIRO A 30 DE MAIO

02/01



"Menino veste azul e menina veste rosa", diz ministra Damare Alves em vídeo

Bolsonaro diz que governo pode reduzir alíquota máxima do IR de 27,5% para 25%, além de **umentar alíquota do IOF.**

Onyx diz que Bolsonaro se equivocou e **decreto não prevê aumento de impostos.**

"Se ele errou e isso ficar provado, eu lamento como pai, **mas ele vai ter que pagar**", diz Bolsonaro sobre o filho, o senador Flávio Bolsonaro (PSL-RJ), cujo ex-assessor e ex-motorista Fabrício Queiroz **movimentou R\$ 1,2 milhão** em sua conta de maneira considerada "atípica".

Meio ambiente enfrenta retrocessos e desmonte nos primeiros 100 dias do governo Bolsonaro, apontam ambientalistas

TROCA NA EQUIPE

Bolsonaro demite Bebianno e nomeia Floriano Peixoto para a Secretaria-Geral

Ex-candidata a deputada em MG diz que assessores do ministro do Turismo, Marcelo Álvaro Antônio, **pediram transferência de verba de campanha.**

21/02

Governo "**observa**" **situação do ministro do Turismo**, suspeito de envolvimento em candidaturas de laranjas do PSL em MG, mas não pensa em demiti-lo, diz Onyx.

Bolsonaro **posta vídeo com**

pornografia, em imagens do carnaval de rua, e conteúdo tem acesso restringido.

11/03

Comentário de Bolsonaro contra jornalista provoca crítica de OAB e associações de imprensa.

Bolsonaro sanciona lei que **proíbe casamento de menores de 16 anos**.

11/02

Decreto concede **indulto para presos** com doenças graves.

GOVERNO BOLSONARO

Governo Bolsonaro é aprovado por 35% da população, diz Ibope

Segundo pesquisa, 27% avaliam ruim ou péssimo, e outros 31%, como regular

Desmatamento na Amazônia Legal aumenta 26% em maio de 2019, diz Amazon; Pará teve o maior índice

O levantamento mostra, ainda, que um terço do desmatamento ocorreu em Unidades de Conservação. As três áreas mais desmatadas são localizadas no Pará.

Cada centavo economizado na Saúde irá para assistência da população, diz novo ministro

Luiz Henrique Mandetta assumiu comando da pasta nesta quarta-feira. Segundo ele, ministério possui orçamento 'muito grande' e 'é muito fácil esquecer que R\$ 1 mil é muito dinheiro'.

'Se quer levar mais de 10 quilos, pague, sem problema nenhum', diz Bolsonaro após veto a bagagem gratuita

Bolsonaro diz que costumava viajar sem mala e que pagava 'pelos outros'. Presidente vetou trecho de MP que determinava gratuidade de bagagens de até 23 quilos em voos domésticos.

A tramitação do pacote anticrime

provocou um **desentendimento** entre Sérgio Moro e Rodrigo Maia. O ministro da Justiça e Segurança Pública pediu urgência na tramitação, e o presidente da Câmara disse que ele "**conhece pouco a política**".

Troca de farpas entre Bolsonaro e Maia põe em risco reforma da Previdência

Em mais um capítulo na escalada de atritos entre o Planalto e o Congresso que põe em risco a aprovação da reforma da Previdência, Bolsonaro e Rodrigo Maia voltam a bater boca. Presidente diz que "alguns não estão acostumados com a nova forma de fazer política"



Brasil

Bolsonaro diz que quer fim de briga pública entre Carlos e Mourão

Segundo porta-voz da Presidência, presidente afirmou que tem 'consideração e apreço' pelo vice, mas que 'estará sempre ao lado' do filho Zero Dois

Reforma da Previdência propõe

acabar com aposentadoria exclusivamente por tempo de contribuição. A proposta **prevê mudança na idade mínima** e abrange setores público e privado

O presidente da Câmara, Rodrigo Maia, diz que Executivo precisa **demonstrar se quer governar com o Legislativo**.

Governo arrecada R\$ 2,377

bilhões à vista com leilão de 12

aeroportos.

TROCA NA EQUIPE

Presidente da Apex pede demissão após uma semana no cargo

TROCA NA EQUIPE

Presidente do Inep é demitido

41. Governo anuncia fim do horário de verão.



Jair M. Bolsonaro
@jairbolsonaro

Após estudos técnicos que apontam para a eliminação dos benefícios por conta de fatores como iluminação mais eficiente, evolução das posses, aumento do consumo de energia e

Privatização da Eletrobras, mesmo com veto do Congresso

O novo ministro de Minas e Energia, almirante Bento Albuquerque, já anunciou: vai privatizar a Eletrobras.

TROCA NA EQUIPE

Bolsonaro demite Véllez e anuncia Abraham Weintraub como ministro

Itamaraty já gastou quase R\$ 13 milhões com viagens internacionais de Bolsonaro

POR LAURO JARDIM 12/05/2019 06:00

Brasil assina acordo que **permite aos Estados Unidos lançar satélites da base de Alcântara,** no Maranhão.

Ricardo Vélez Rodríguez assume o ministério da Educação e diz que governo combaterá **"marxismo cultural"**.

Ministro da Educação diz que

gestão cívico-militar "afasta o traficante da escola".

· TROCA NA EQUIPE ·

MEC soma mais de dez demissões no alto escalão em três meses

Ritmo de liberação de agrotóxicos em 2019 é o maior já registrado

Aprovações vêm crescendo desde 2016, mas frequência aumentou neste ano, com 169 produtos liberados até meados de maio. Ativistas manifestam preocupação e governo diz que maioria dos produtos aprovados já são usados no país.

44. Bolsonaro ironiza pesquisa Datafolha que mostra que ele teve a pior avaliação entre presidentes de 1º mandato.



O atual Presidente da República Jair Messias Bolsonaro conhecido por suas posições polêmicas, que segundo o filho Flávio Bolsonaro (2017) autor do livro “Jair Messias Bolsonaro, Mito ou verdade”, diz ser apenas opiniões autênticas e coerentes. Conhecido também por utilizar bastante as redes sociais para se conectar com seus eleitores, Bolsonaro é o 4ª líder com maior número de seguidores na internet segundo um levantamento feito pela consultoria Bites (íntegra).

Uma das redes sociais mais movimentadas pelo então Presidente Jair Bolsonaro é o Twitter, uma ferramenta que ele utiliza para falar do governo e atualizar seus eleitores em primeira mão sobre as medidas tomadas. Uma forma de interagir com seus seguidores, embora toda postagem feita gere discussão e polêmica. Com a modernização da era digital todas as notícias são veiculadas com velocidade imediata, assim não podendo medir a veracidade da notícia divulgada.

Segundo D’ancona (2018) existe uma indiferença entre os sites e mídia social com os jornais impressos e grande mídia levando em consideração que existe uma falta de credibilidade na era globalista, chamadas de liberal a algum tempo.

Para Pinto (2019) o Governo Bolsonaro se limita a duas interpretações de estratégias o primeiro o núcleo familiar-ideológico que tem influências de seus filhos, Olavo de Carvalho, os pastores, responsáveis pela contratação dos Ministros da Educação e das Relações Exteriores e da mulher; o segundo núcleo é formado pelos milhares que envolve alguns generais.

Ainda segundo Pinto (2019) o Presidente brasileiro, Jair Bolsonaro, seu clã e o núcleo militar entendem por socialismo uma visão do marxismo cultural e politicamente correto, um estilo neoconservadorismo norte-americano da década de 1980. Pinto ainda enfatiza que o atual governo não tem um projeto que unifique um plano econômico, político e ideológico.

Um início de governo marcado por polêmicas, demissões e baixa popularidade deixa a gestão de Bolsonaro instável, causando medo, desconfiança e insegurança a população Brasileira. Para o Cientista Político Fernando Schüller (2019) o Governo Bolsonaro é de baixo consenso e com formação em três blocos, o de Paulo Guedes grupo econômico que sabe as escolhas que faz, e das políticas adotadas. Outros está na parte dos menos articulados e que trazem problemas ao governo, que são os casos do ministro das Relações Exteriores, Ernesto Araújo, e do ex-ministro da Educação, Ricardo Vélez Rodriguez, agitam o governo proporcionam poucos resultados e trazem muitos problemas. O terceiro grupo esta os militares, que serve como poder moderador. É o grupo que conseguiu ocupar espaço e resolver os problemas.

O novo governo também é conhecido por ter o início de gestão de apenas cinco meses com maior número de decretos assinados na história do Brasil. Porém, segundo Schüller (2019) além das novas mudanças terem que passar pelo Legislativo, o governo terá que dá prioridade de acordo com seus interesses. Destacando também a crise que o governo vem enfrentando com o Congresso, tendo o risco de não conseguir governar caso seus projetos não consigam passar pela Câmara.

Além dos problemas que realmente afeta o governo, Bolsonaro ainda tem de lidar com os problemas que os filhos arrumam e acabam respigando em sua imagem como Presidente. Flávio Bolsonaro investigado, Eduardo Bolsonaro com suas declarações polêmicas e o Carlos Bolsonaro que já causou confusões no governo com o ex- secretário Bebianno, com o vice-presidente Mourão e em redes sociais com opiniões agressivas e sem fundamentos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As reportagens coletadas dos 150 dias do governo Bolsonaro mostraram uma gestão que tanto prometia mas se iniciou de forma tumultuada. O governo demonstrou ter uma articulação política ineficaz e uma relação de conflituosa com o Congresso.

Como exposto no decorrer deste trabalho, muitas de suas promessas ainda não foram cumpridas. Nos seus 150 primeiros dias, o atual presidente do Brasil Jair Bolsonaro trocou 2 (dois) ministros, algo que nunca havia acontecido após a redemocratização em nenhuma gestão dos governos anteriores. Outra peculiaridade que pode-se expor no governo Bolsonaro nos seus 150 primeiros dias, é a rejeição popular, que apresentou o maior índice quando comparado com os governos de Fernando Collor, FHC, Lula e Dilma (no seu primeiro mandato). Bolsonaro também provocou repulsão ao comemorar o golpe de 1964 e defender o Narcisismo de esquerda.

Com a crise do governo e Congresso por falta de política, diálogo e articulações, os projetos continuam parados, isso inclui a reforma da previdência uma pauta de grande relevância para o governo. Enquanto Bolsonaro não consegue a aprovação desta reforma ele mantém o apoio do mercado e dos investidores que acreditam na reforma da previdência para 2019.

A maior parte dos analistas, avaliaram os 150 dias do governo bolsonaro, no âmbito nacional e/ou internacional, como um governo de saldo negativo, apresentando uma acelerada deteriorização da união em pouco menos que 5 meses de mandato

É visível que o atual presidente não foi capaz de governar com estratégias ao assumir o cargo. Seus 150 dias não foram satisfatórios para grande parte da população. Desta forma, pode-se concluir que através das informações coletadas, o atual presidente da república no Brasil, Jair Bolsonaro, se destaca como um governo incapaz de organizar e comandar uma conciliação estável de governo, fazendo com que a população entenda que o mesmo ainda não tenha capacidade intelectual suficiente para saber o real significado e responsabilidade do papel de liderança que um presidente de república deve ter.

Sendo assim, novos estudos devem surgir para dar maior embasamento teórico e prático sobre o tema deste trabalho, conclamando para melhores resultados e análises que venham a beneficiar a população brasileira em termos de políticas sociais e econômicas.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. Brasília – Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br>> Acesso em: 18 de junho de 2019.

BBC NEWS BRASIL. Brasília – Disponível em: <<https://www.bbc.com/>> Acesso em: 31 de maio de 2019.

BOLSONARO, Flávio. **Mito ou verdade** – Jair Messias Bolsonaro. Curitiba/PR: Editora Altadena, 2017.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. Secretaria Nacional de Renda de Cidadania. Disponível em: <<http://www.mds.gov.br/>> Acesso em: 01 de junho de 2019.

CARTA CAPITAL. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/>> Acesso em: 30 de maio de 2019.

_____. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/>> Acesso em 29 de junho de 2019.

CASTILHO, Sérgio Ricardo Rodrigues. **Marketing político: a construção social do “mercado eleitoral” no Brasil (1954-2000)**. 1. Ed. Rio de Janeiro: 7 Letras: Faperj, 2014.

CORREIO BRAZILIENSE, Brasília – Disponível em: <<https://www.correiobraziliense.com.br/>>. Acesso em: 30 maio de 2019.

_____. Brasília. Disponível em: <<https://www.correiobraziliense.com.br/>> Acesso em: 01 de junho de 2019.

_____. Brasília. Disponível em: <<https://www.correiobraziliense.com.br/>> Acesso em: 19 de junho de 2019.

EXAME, Brasil -Disponível em: < <https://exame.abril.com.br/brasil/fernando-schuler-governo-bolsonaro-e-de-baixo-consenso/> > Acesso em: 30 de maio de 2019.

FOLHA DE São PAULO, Piauí: Grupo Folha - Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/>> Acesso em: 10 de abril de 2019.

G1. Disponível em: < <https://g1.globo.com/>> Acesso em: 29 de junho de 2018.

NÓBREGA JR, José Maria Pereira da. **O que se escreve no Brasil sobre Segurança Pública? Uma revisão da recente**. Revista Brasileira de Segurança Pública, São Paulo, v. 12, n2, Agosto/Set 2018, p. 14-46.

NOVA ESCOLA, Brasil. Disponível em <<https://novaescola.org.br/>> Acesso em: 01 de junho de 2019.

O GLOBO. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/>> Acesso em: 10 de junho de 2019

PINTO, Eduardo Costa. **Bolsonaro e os Quartéis: a loucura com método.** Instituto de Economia, Rio de Janeiro, v. 6, Março, 2019, p. 1-29.

REDE BRASIL. Disponível em: <<https://www.redebrasilatual.com.br>> Acesso em: 29 de junho de 2019.

SILVA, Tiago Belinho da. **ESTRATÉGIA ELEITORAL NO TWITTER: OS MECANISMOS DISCURSIVOS DE BOLSONARO E HADDAD NO EMBATE PRESIDENCIAL.** 2018. 45 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Universidade Federal de Campina Grande, Sumé/PB, 2018.

TEIXEIRA, Dilma. **Marketing político e eleitoral: uma proposta com ética e eficiência.** Osasco, SP: Novo Século Editora, 2006.

UOL. Brasília – Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/>. Acesso em: 29 de abril de 2019.

_____. Brasília – Disponível em: <<https://economia.uol.com.br>> Acesso em: 30 de maio de 2019.

VEJA. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/>>. Acesso em 31 de maio de 2019.

_____. Brasil-Disponível em: <<https://veja.abril.com.br>> Acesso em: 01 de junho de 2019.

Sites consultados:

Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/ao-vivo/pacote-anticrime-sergio-moro-apresenta-propostas-contracorrupcao-crime-organizado-e-crimes-violentos.ghtml>>. Acesso em: 20/06/2019.

Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/02/04/projeto-anticrime-de-sergio-moro-veja/-/repercussao.ghtml>>. Acesso em: 20/06/2019.

Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/fernando-schuler/2019/05/bolsonaro-seu-bobo.shtml>>. Acesso em: 20/06/2019