

9

COISAS QUE OS POLÍTICOS NÃO QUEREM QUE VOCÊ SAIBA



DESCUBRA



APRENDA
NEUROMARKETING

O QUE VOCÊ VAI ENCONTRAR NESTE LIVRO



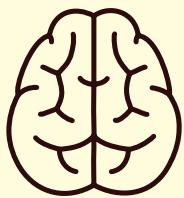
SUMÁRIO

Introdução

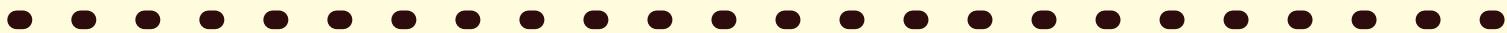
1. O cérebro ideológico
2. O macaco líder
3. O voto pela emoção
4. O medo como arma
5. Cada abraço, um voto
6. A dor da perda
7. A aprovação social
8. O efeito manada
9. Como se proteger

Copyright © 2018 por Arthur Paredes

Todos os direitos reservados. Este ebook ou qualquer parte dele não pode ser reproduzido ou usado de forma alguma sem autorização expressa, por escrito, do autor ou editor, exceto pelo uso de citações breves em uma resenha do ebook.



Introdução



Este livro foi escrito com o objetivo de entender como o comportamento humano funciona na hora de eleger políticos. Tudo através de uma forma objetiva, lúcida e reflexiva, para que você possa tomar decisões de forma mais racional e consciente.

Um conteúdo cientificamente embasado, exclusivo e necessário, em tempos que somos bombardeados a todo momento por truques de marketing e propaganda, fake news e discursos de ódio.

Ao final da leitura, você será capaz de entender como nossas decisões são emocionalmente irracionais, e se proteger das armadilhas e estratégias que os profissionais da política utilizam para conquistar seu voto.

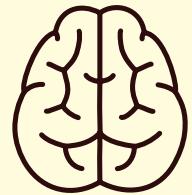
E se você gostar do livro, faça sua parte: compartilhe com o maior número de pessoas possível, para que possamos melhorar nossa realidade política através do conhecimento.

SOBRE O AUTOR

Com mais de 18 anos trabalhando na área de comunicação e mais de uma dezena de campanhas políticas vencedoras no currículo, **Arthur Paredes** é publicitário, professor de Marketing Digital e especialista em Neuromarketing. Junto com **Rejane Toigo**, administra o conteúdo nas redes sociais do "Aprenda Neuromarketing".



1. O cérebro ideológico



Nosso cérebro é um simulador da realidade. E não se trata de uma simulação 100% fiel, realista. Ela é influenciada diretamente por diversos fatores fisiológicos, emocionais e ambientais.

Interpretamos o mundo ao nosso redor com as informações provenientes dos cinco sentidos que o cérebro transforma em histórias, significados, metáforas, analogias e crenças.



O tempo todo criamos ideias virtuais, que só existem dentro das nossas mentes.

Conceitos como estado, nação, patriotismo, leis, povo. Todos fazem parte de ideias compartilhadas entre os cérebros de um grupo (memes), mas que não estão de fato presentes na natureza - que por sinal é completamente indiferente a tudo isso.

E como Cazuza já dizia sabiamente, precisamos de ideologias para viver. A própria política é uma ideia virtual de organização social com suas especialidades: direita, esquerda, democracia.

1. O cérebro ideológico



Assim como chimpanzés formam grupos de 10 a 20 membros, nós também possuímos nossas fronteiras sociais. Estima-se que nas redes sociais, só conhecemos de fato, em média, 150 pessoas.

Pessoas que estejam além das fronteiras de nossos rótulos se tornam "diferentes", gerando preconceito e intolerância. Daí surge a guerra ideológica que presenciamos hoje na política, mas que já afeta também nossa relação cotidiana com outras pessoas.

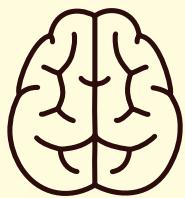


Foto: CNBC.com

Atribuímos rótulos ideológicos para separar as pessoas em grupos - esquerdopata, fascista. Rótulos que surgem no calor de um momento em que mais precisamos nos unir para definir nosso futuro.

Eles mudam a forma como percebemos a personalidade alheia. "O inferno são os outros", já dizia Jean Paul Sartre, uma frase que define bem a lenha da fogueira ideológica das redes sociais.

1. O cérebro ideológico



Uma ideologia vai muito além de uma simples crença construída por nosso software mental.

Ela é parte de nosso comportamento, nossa forma de agir, e principalmente de se relacionar com outras pessoas dentro de uma sociedade.

Diversos estudos recentes trouxeram insights importantes sobre como o cérebro funciona quando o assunto é política.



Um deles mostrou que, quanto mais nos deparamos com evidências contraditórias, mais teimosos nos tornamos em relação às nossas crenças políticas.

Ou seja, para considerar uma visão alternativa da realidade, seria necessário antes considerar uma versão alternativa de si mesmo. E poucas pessoas estão dispostas a uma mudança tão profunda em sua própria identidade.

1. O cérebro ideológico



Outro estudo descobriu que as pessoas tendem a ser mais tolerantes em relação às mentiras dos políticos quando acreditam que uma posição política específica é moralmente correta. Seus defensores percebem que as mentiras são um meio necessário para alcançar um fim moral mais elevado.

Tudo isso favorece as fake news, que alimentam as crenças consolidadas de um grupo de indivíduos que as aceitam, independentemente de não corresponderem à realidade.



Informações falsas confirmam e harmonizam as visões e crenças particulares. Somos programados para aceitar, rejeitar, esquecer ou distorcer uma informação caso ela seja interpretada como uma ameaça ou esteja alinhada com o repertório de crenças já existente no cérebro.

Ao final, somente um lado ganha com isso: os que favorecem esse mecanismo, oferecendo um viés de confirmação confortável para o cérebro.

2. O macaco líder



No grupo social que pertencemos, temos a necessidade de escolher o "macaco líder" que tomará decisões representando uma coletividade.

Esse mesmo comportamento pode ser observado em outras espécies de primatas como gorilas, chimpanzés e bonobos. Eles também utilizam a política como estratégia para manter o poder.

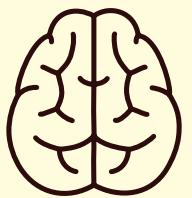
Assim como nossos primos, nosso cérebro é estruturado biologicamente para funcionar como animais sociais. Isso porque, durante o processo evolutivo, foi um comportamento que favoreceu a sobrevivência de nossa espécie através da organização social.

Há dezenas de milhares de anos já vivíamos em pequenos grupos nômades que eventualmente entravam em conflito com outros grupos, ou simplesmente se uniam em grupos maiores.

E esse comportamento inato permanece até hoje, em um grau de complexidade que exige um sistema organizado e sofisticado o qual chamamos de "política". A política vai desde um síndico de condomínio até a presidência de um país.



Foto: Beto Barata/Agência Senado



2. O macaco líder



Possuímos uma necessidade biológica de sermos liderados por macacos escolhidos que são escolhidos pela maioria. Chamamos isso de "democracia", um sistema criado pelos gregos que também reflete muito de como a própria natureza funciona.

Grupos organizados não são exclusividade dos seres complexos. Bactérias, fungos e até mesmo nossas células possuem uma espécie de organização política natural. O próprio corpo humano é um aglomerado de diferentes tipos de células com diferentes funções, gerenciadas por um sistema nervoso central.

Quando observamos o comportamento político de outras espécies de primatas - nossos parentes mais próximos -, podemos entender melhor nosso próprio sistema.

Entre os chimpanzés, por exemplo, o macho alfa só assumirá o poder se contar com a colaboração de um grupo de companheiros, dos quais dependerá para se manter na posição de poder, e sendo obrigado a fazer concessões, como privilegiar seus parceiros nas cerimônias de divisão da carne.



2. O macaco líder



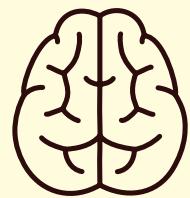
Quando um chimpanzé dominante morre, e sua sucessão é disputada por dois ou três machos sem uma hierarquia ainda definida entre eles, é comum que subam nas árvores para atirar as melhores frutas no chão, para o resto do bando pegar. Quando são eleitos para o posto de comando, nunca mais repetem esse gesto altruísta.

A política é inerente aos seres humanos. E na prática se trata muito mais de defender os interesses do grupo mais próximo de quem está no poder, do que da população em geral. Mas para que um político se mantenha em seu posto será necessário mostrar, através da propaganda, que está atendendo - mesmo que apenas em discurso - aos anseios da sociedade.

A comunicação é o único meio de influenciar e convencer um grande número de pessoas a elegerem o líder de seu grupo. A propaganda política antes e depois de ser eleito é a forma de manter o poder, mostrando realizações, vendendo esperança.

O cérebro de uma maioria precisa acreditar em conceitos abstratos como estado, nação, república, para que o sistema seja sustentável e a ordem social seja mantida. E um político que ignore esses aspectos de como nossa mente funciona poderá perder o lugar para o próximo "macaco líder" e seus companheiros...

3. O voto pela emoção



Somos guiados por nossas emoções. Medo, angústia, nojo, alegria, raiva, surpresa. Perceba quantas delas podemos sentir em um mesmo dia.

Nossas decisões são diretamente influenciadas por elas, e os políticos sabem muito bem disso... Apenas uma pequena minoria dos eleitores, de fato, pondera fatores racionais para escolher um candidato. E mesmo assim, uma parte dessa escolha é influenciada pelas emoções.



Imagem: Divulgação Disney Pixar

A todo momento julgamos inconscientemente as pessoas ao nosso redor buscando aspectos de ameaça ou confiança. Um mecanismo de sobrevivência que garantiu que chegássemos onde estamos hoje. Esse julgamento emocional é feito de forma muito rápida pelo cérebro e pode ser manipulado através da percepção.

Podemos sentir medo de um candidato e votar em seu opositor, ou sentir nojo de suas atitudes sociais do passado, ou simplesmente algum tipo de raiva, sem nem saber explicar exatamente o por quê.

3. O voto pela emoção



E a partir do momento que nosso sistema de julgamento emocional consolida uma percepção emocional do candidato, seja positivamente, seja negativamente, começamos a entrar em processos de decisão cada vez mais inconscientes.

Uma atividade muito comum na política são as caminhadas: ali é possível ver como as emoções são manifestadas de uma forma mais clara - e exagerada. Pessoas deliram de alegria, outras choram emocionadas, outras sentem raiva e preferem se abster - falaremos mais disso no "efeito manada". Essas emoções serão rationalizadas em seguida, e se tornarão sentimentos em relação ao candidato.

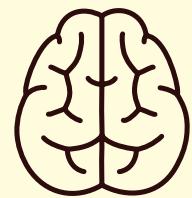
Esses sentimentos serão explorados nos guias eleitorais que se utilizam de aspectos puramente emocionais para envolver o espectador em um ambiente de esperança, de renovação, de confiança, de que aquele candidato é a escolha certa!

Votamos em alguém por afinidade, porque "gostamos dele" ou porque ele é "meu candidato". De frente com a urna eletrônica, votamos pela emoção, não pela razão.



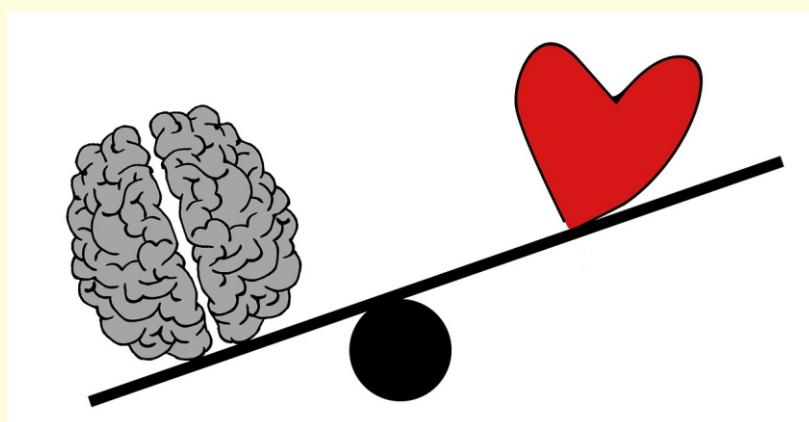
Foto: Roberto Jayme/TSE

3. O voto pela emoção



A música, o tom de voz do candidato, sua postura corporal, palavras estrategicamente selecionadas, as provas sociais e discursos que guiam as emoções para uma decisão final que será o voto.

Discursos emocionais que apelam para o "coração", abraços, sorrisos, esperança, vontade, motivação. E quanto mais pessoas puderem ser influenciadas, mais as chances de vitória.



A forma ideal para escolher um candidato seria ponderar apenas os benefícios mais racionais que ele poderia trazer para um grupo social. Sendo que nós, seres humanos, não somos computadores frios que tomam decisões pela lógica, mas sim, seres sociais que tomam decisões guiadas pelas emoções.

E quando o assunto é a coletividade, a maioria delas trará consequências para todo um grupo, fruto de nossas decisões mais inconscientes. É exatamente isso que nos torna, de fato, seres humanos. E também nos torna falíveis...

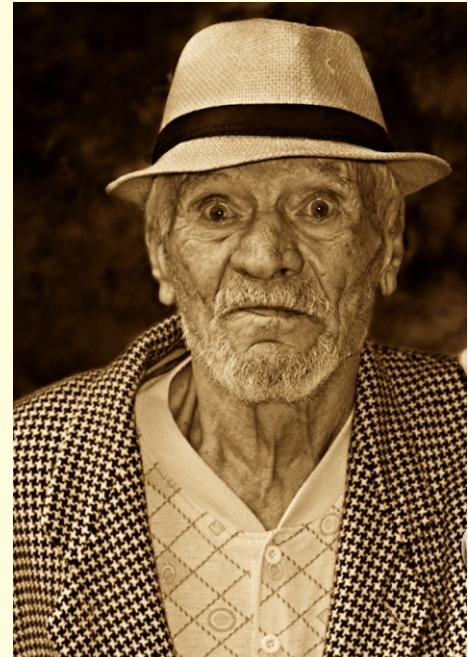


4. O medo como arma



Vimos como as emoções estão inseparáveis de nossas decisões. E o medo é uma das mais poderosas, a mais difícil de controlar e inconsciente.

O medo é uma das emoções mais primitivas do cérebro, um comportamento organizado pelo hipotálamo. É uma reação natural biológica que serve para nos proteger e preservar nossa integridade diante das ameaças do ambiente externo.

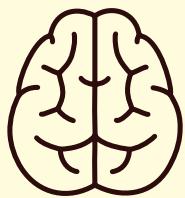


Essa reação tem efeitos profundos no comportamento e causam modificações físicas no corpo, liberando os hormônios do estresse, aumentando a frequência cardíaca, acelerando a respiração e energizando os músculos para lutar ou fugir.

O medo está fortemente vinculado à memória, adquirido pela experiência de vida, e influenciando profundamente nossas decisões. E o medo também pode ser condicionado através de ameaças virtuais associadas a situações ameaçadoras, alertando o cérebro de que elas podem estar prestes a acontecer novamente.

Os profissionais da política entendem bem como o medo pode ser um grande motivador de votos.

4. O medo como arma



Podem utilizá-lo virtualmente como o aumento da violência, desemprego, previdência, dentre muitos outros fatores sociais que interpretamos como uma ameaça à nossa sobrevivência.

Um caso clássico aconteceu na campanha para presidência de 2014, onde um dos candidatos utilizou um guia eleitoral que acionava profundamente o medo nos eleitores.



Reprodução: drossinha no YouTube

O guia explorava o argumento do medo da perda, mostrando situações contrastantes e focando rostos humanos com uma clara expressão de medo. Junto com uma narração emocionalmente forte de fundo junto com uma música que contribuía de forma subliminar.

A veiculação acabou sendo suspensa por ordem do TRE, mas acabou revelando como o medo pode ser uma arma muito poderosa na propaganda política.

5. A dor da perda



Ninguém gosta de perder algo, concorda? E quando o assunto é política, há muito a perder (para ambas as partes, o candidato e o eleitor).

A tomada de decisão é um processo complexo e muito rápido, onde o cérebro organiza uma série de expectativas baseadas na perda e eliminar a dor, a fim de escolher a melhor opção para o indivíduo.

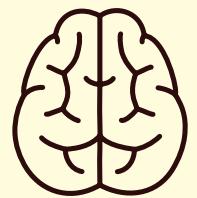
Campanhas políticas trabalham o processo de decisão baseado na perda de direitos sociais, estabilidade, benefícios individuais - biologicamente somos egoístas -, apresentando-os como uma dor, que até então talvez nem tivesse sido percebida ainda pelo eleitor.



Imagen: Sindicato dos Bancários do Ceará

No caso da política há um problema inerente ao funcionamento de nosso cérebro: não conseguimos medir consequências a longo prazo. O cérebro é imediaista, ele precisa decidir agora o que deve ser feito para a sobrevivência do indivíduo.

Isso implica que dificilmente ponderamos propostas de um candidato que prometam melhorias que só serão "sentidas" em um prazo de quatro anos de mandato - ou até mesmo após isso.



5. A dor da perda



Portanto, a estratégia dos candidatos é apresentar claramente as dores de vários segmentos sociais e a perda, caso o eleitor não tome uma decisão agora mesmo para mudar!

Por fim, o candidato se apresentará como a solução para aquele problema, oferecendo propostas para os problemas mais imediatos através de conceitos abstratos.



Renovação, esperança, mudança, trabalho, corrigir erros do passado, fazer diferente. Em caso de reeleição, avançar ainda mais, continuar o que deu certo, novas conquistas, mais realizações.

Expressões bastante vagas mas que chamam para uma ação de não permanecer na situação atual, afinal, queremos sempre que tudo melhore através de um "macaco líder", mesmo que racionalmente isso não faça muito sentido...



6. Cada abraço, um voto



Abraçar eleitores é crucial em qualquer campanha política. Uma estratégia conhecida há muitos anos, mas cuja eficiência só veio ser comprovada recentemente pela ciência.

Segundo o neuroeconomista Paul Zak, em seu livro "A molécula da moralidade", um abraço é a forma mais simples e eficiente de liberar no corpo uma substância química chamada "ocitocina".



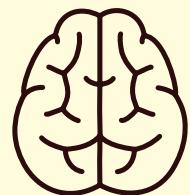
Reprodução: Rede Globo / YouTube

No cérebro, a ocitocina é liberada quando detectamos sinais de reciprocidade ou quando nos sentimos à vontade em um ambiente e podemos confiar em quem está à nossa volta.

Dentro do contexto correto, um abraço cria um vínculo de confiança social através de um contato físico mais próximo. A ocitocina também aciona a liberação de dois outros neurotransmissores relacionados ao bem-estar: a dopamina e a serotonina.



6. Cada abraço, um voto



Paul Zak alega que, ao passar os dedos entre as costelas para estimular o nervo vago, rico em receptores de ocitocina, isso emite impulsos nervosos que levam as pessoas a relaxar e se sentirem seguras. Outras espécies de primatas também utilizam o abraço como forma de criar vínculos de confiança e relaxamento.



Obviamente um abraço não é a garantia absoluta do voto, mas o impacto fisiológico que ele causa já aumenta - e muito - a confiança de cada eleitor abraçado que esteja receptivo a isso.

"Um grande abraço a todos!" ou "Quero abraçar cada um de vocês" - já vi até mesmo criarem um evento chamado "Abraçaço". Perceba que, mesmo não estando presente fisicamente, muitos políticos utilizam a palavra "abraço" em sua propaganda.

Não é à toa que as caminhadas são parte essencial da agenda de um candidato, a parte presencial da campanha, uma oportunidade para abraçar o máximo de pessoas possíveis. Mas somente durante as eleições. Depois de eleito, "o 'macaco líder' nunca mais repetirá tal gesto altruísta".

7. A aprovação social



Como vimos anteriormente, somos seres sociais. Nosso cérebro é formato para buscarmos a inserção em um grupo e evitar a todo momento o escrutínio social.

Influenciamos a sociedade e somos influenciados por ela. Para o cérebro é mais econômico - em termos de gasto de energia - confiar em pessoas que já são confiáveis para outras pessoas.

Por isso políticos buscam trazer celebridades como prova social, a forma mais rápida e eficiente de gerar credibilidade junto a um grupo.

Grandes campanhas como a de Obama e Trump, trouxeram artistas de renome internacional para apoiar suas candidaturas.



Foto: Daily Mail

Assim como posar com aliados políticos que possam trazer votos indiretos para o candidato - a mesma estratégia utilizada na indústria musical, quando artistas fazem parcerias para "pegar o vácuo" do sucesso. Afinal, se eu votei no candidato X e ele é aliado do candidato Y, então eu posso confiar!

7. A aprovação social



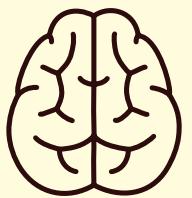
Mas isso ainda não é suficiente. É necessário a aprovação social de pessoas comuns, do cidadão. Para isso, serão selecionadas pessoas que estejam alinhadas ao discurso do candidato, e que farão depoimentos emocionantes sobre como suas dores foram ou serão solucionadas com a escolha certa.

É comum também vermos pesquisas que mostram o índice de aprovação de um político, o que é utilizado como um forte argumento nas campanhas. Afinal, se 70% da população aprova, então está tudo indo muito bem!

E o marketing boca a boca também se demonstra muito eficiente - e mais barato - nas campanhas políticas. Com a facilidade e propagação das redes sociais, isso se torna ainda mais poderoso, com apoiadores "pedindo voto" para o candidato em que confiam - principalmente junto a eleitores indecisos.

Dependendo do grau de relacionamento com essa pessoa, negar o pedido seria ir de encontro àquele grupo do qual pertence, afetando a tomada de decisão do cérebro.

Portanto, se um amigo ou familiar indica um produto, as chances de comprá-lo são muito maiores. E na política o produto é o candidato - ou seriam os eleitores?



8. O efeito manada

Muitas espécies de animais possuem um instinto de manada. Esse fenômeno pode ser observado quando o grupo começa a praticar a mesma ação, em um mesmo sentido, independente de certo e errado.

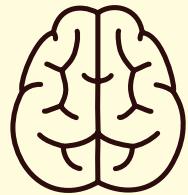


Em determinadas condições, os indivíduos começam a fazer o que os outros estão fazendo de uma forma cega, sem discernimento racional, um efeito colateral de nosso cérebro social. Na economia pode ocorrer quando, por algum motivo, todos começam a vender suas ações na bolsa de valores, prejudicando todo o grupo.

Recentemente no Espírito Santo, 28 bois se atiraram em um barranco após um boi cair acidentalmente. Em um efeito manada, todos foram atrás ao ver o boi caindo do barranco. Todos morreram.

E na política o efeito manada é utilizado estratégicamente para favorecer os candidatos. As pesquisas eleitorais vão muito além de um termômetro das intenções de voto. Elas são capazes de alterar a percepção dos eleitores e influenciar diretamente nos votos.

8. O efeito manada



Não é à toa que muito dinheiro é gasto em pesquisas eleitorais, que são de extrema importância para os políticos em geral, decidindo suas candidaturas, suas propostas, seu discurso.

Perceba como as artes que mostram gráficos com resultados de pesquisas eleitorais são manipulados para favorecer o candidato.

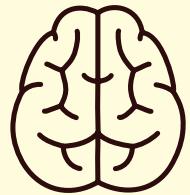


Reprodução: PSDB SP no Instagram

O truque é trabalhar a altura das barras verticais - perceba que sempre utilizam esse tipo de gráfico por sua percepção clara de tamanho - para que a barra do candidato pareça sempre maior que a dos outros, mesmo que a real diferença seja muito pequena - ou inversamente muito grande.

Esse efeito manada eleitoral pode ser induzido por diversos meios. É comum vermos políticos com suas "ondas" coloridas: a "onda azul", "onda amarela". Um artifício que remete diretamente à manada que passará "arrastando" eleitores para a vitória. Ainda mais eficiente com eleitores indecisos que não querem "desperdiçar" o voto e preferem decidir por quem está na frente.

8. O efeito manada



Na década de 70, a "Teoria da Espiral do Silêncio" mostrou que o medo do isolamento social é o principal fator determinante das manifestações de opiniões políticas.

Quando uma opinião é percebida como majoritária, as pessoas tendem a se manifestar, enquanto os que têm uma opinião minoritária tendem a ficar calados. O silêncio leva ao enfraquecimento ainda maior da opinião minoritária, e ao fortalecimento da opinião que parece prevalecer.

Nas redes sociais, o efeito manada é influenciado pelo número de seguidores, notícias falsas e a utilização de robôs e perfis falsos fazendo comentários favoráveis ao candidato.

Tudo isso transmite a ideia de que ele está na frente, com grande aprovação social, levando a manada a seguir a maioria - mesmo que falsa.

Portanto, cabe a cada um de nós utilizar o pensamento racional, superar o instinto e não se tornar parte de uma manada de bois rumo ao penhasco.

 Geraldo Alckmin
28 min · 

Jogo é jogo. Treino é treino.

 Curtir  Comentar  Compartilhar 

   Geraldo Alckmin e outras 154 pessoas Mais relevantes ▾

13 compartilhamentos 62 comentários

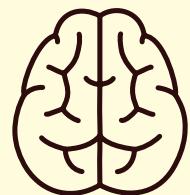
 Escreva um comentário...  

 Geraldo Alckmin  É isso ai Geraldo!! Muito bom!! Bolsonaro nunca entrou em campo e o cara vem querer cantar de gallo!

Curtir · Responder · 1 min 

Reprodução: @sensacionalista no Twitter

9. Como se proteger



"Agora você sabe, agora você tem a responsabilidade". Costumo sempre encerrar meus vídeos com essa frase, pois a partir do momento que se tem consciência de algo, isso muda suas atitudes.

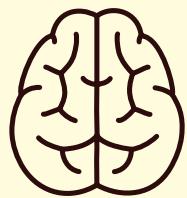
Vou além: acredito que o conhecimento também traz liberdade. Com ele é possível enxergar as coisas de uma forma mais nítida, realista. Acredito no conhecimento como um caminho sem volta. Algo que, depois que se adquire, ninguém pode tirá-lo de você.

Neste livro você pôde entender profundamente os aspectos de como o comportamento humano funciona na política, com uma visão de ambos os lados, a do candidato e a do eleitor. Você pôde perceber o quanto emocionalmente inconsciente são nossas atitudes e as graves consequências que elas podem causar em milhões de pessoas.

Quando se trata de uma democracia, o poder está nas mãos do povo. Mas é um sistema que ainda possui falhas e muitas brechas, que são aproveitadas pelos profissionais da política e utilizadas de forma inconsequente pelos eleitores.

Não há culpados: é assim que nosso cérebro funciona, é assim que o sistema funciona. Uma frase clássica do Conde Joseph-Marie de Maistre define bem isso: "Toda nação tem o governo que merece".

9. Como se proteger



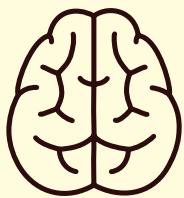
Mas nós, como seres humanos, temos a incrível capacidade de refletir sobre a realidade ao nosso redor e mais importante: transformá-la! E o primeiro passo para isso é reconhecer um problema. Conhecendo, é hora de agir!

Como você viu, ideias virtuais são coisas de nossas mentes. E da mesma forma que as criamos, também podemos transformá-las, aperfeiçoá-las. A partir de agora, esperamos que você enxergue a política e sua propaganda por um novo viés: pelo viés da ciência.

Isso lhe dará o discernimento de não confiar em notícias sem uma análise minuciosa. De identificar quando um candidato quer conquistar seu voto apenas utilizando truques. De saber quais critérios utilizar para escolher o ‘macaco líder’ que tomará decisões que influenciarão, não só em sua vida, mas na de milhares de pessoas. De pensar a longo prazo, de pensar no bem estar do grupo, não apenas olhar para o ser humano egoísta que todos nós somos.

E se esse livro de fato mudou a sua forma de pensar, queremos saber que este trabalho feito com muito cuidado e pesquisa, de fato teve um impacto positivo na sociedade. Mande um e-mail para nós: aprendaneuromarketing@gmail.com falando sua opinião!

Agora é com você! Nos vemos nas redes sociais...



Referências

Baldwin, Sarah C. It's All In Our Heads: Using Psychology and Neuroscience to Better Understand Political Behavior. NeuroscienceNews.com, 24 fev 2016. <<https://neurosciencenews.com/political-behavior-psychology-neuroscience-3718/>>.

Bocconi University. Electoral Outcomes Affect the Way We Treat Others. NeuroscienceNews, 25 mai 2018. <<https://neurosciencenews.com/electoral-outcomes-social-9146/>>.

Damásio, A. E o cérebro criou o homem. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
_____. A. O erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano. São Paulo: Companhia das Letras, 1996..

Harari, Yuval Noah. Sapiens: uma breve história da humanidade. São Paulo: L&PM Editores, 2015.

Lent, Roberto. Cem bilhões de neurônios? Conceitos fundamentais de neurociência. 2ª edição. São Paulo: Atheneu, 2010.

Linden, D. A origem do prazer: como nosso cérebro transforma nossos vícios (e virtudes) em experiências prazerosas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

Ohio State University. Calm or Firey? Language of Political Candidate Should Match the Times. NeuroscienceNews, 29 ago 2016. <<http://neurosciencenews.com/political-language-psychology-4925/>>.

Pinker, Steven. Como a mente funciona; tradução Laura Teixeira Motta. 3ª edição São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

Seife, Charles. Os números (não) mentem: como a matemática pode ser usada para enganar você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

Trigo, Luciano. 'A espiral do silêncio' examina os mecanismos de manipulação da opinião pública. G1, 22 de abril de 2018. <<http://g1.globo.com/pop-arte/blog/maquina-de-escrever/post/espiral-do-silencio-examina-os-mecanismos-de-manipulacao-da-opiniao-publica.html>>

University College London. Subliminal Advertising Leaves Its Mark On The Brain. ScienceDaily, 9 Mar 2007.

University of Illinois at Chicago. Study Examines Tolerance of Political Lies for Shared Views. NeuroscienceNews, 6 Ago 2017. <<http://neurosciencenews.com/politics-lies-beliefs-7253/>>.

USC. The Incorrigibles: How the Brain's Circuitry is Hardwired For Political Beliefs. NeuroscienceNews, 26 Dez 2016. <<http://neurosciencenews.com/politics-neural-network-5812/>>.

Varella, Drauzio. Macacos - Folha Explica. São Paulo: Publifolha, 2000.

Zak, Paul. A molécula da moralidade: as surpreendentes descobertas sobre a substância que desperta o melhor em nós. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

_____. Why Your Brain Loves Good Storytelling. Harvard Business Review, 28 out 2014. <<https://hbr.org/2014/10/why-your-brain-loves-good-storytelling>>.



E TEM MUITO MAIS CONTEÚDO AQUI:



bit.ly/neuromarketingyt



aprendaneuromarketing.com.br/blog



[/aprendaneuromarketing](http://aprendaneuromarketing)



@aprendaneuromarketing

