

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HAB. PUBLICIDADE E PROPAGANDA

AMANDA DE CARVALHO

A MULHER NA PROPAGANDA POLÍTICA PARTIDÁRIA: uma análise dos programas em bloco do PMDB e do PT na TV aberta, março/abril 2017.

Porto Alegre

2017

AMANDA DE CARVALHO

A MULHER NA PROPAGANDA POLÍTICA PARTIDÁRIA: uma análise dos programas em bloco do PMDB e do PT na TV aberta, março/abril 2017.

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Hab. Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof^a Dr^a Maria Berenice da Costa Machado

PORTO ALEGRE

2017

CIP - Catalogação na Publicação

Carvalho, Amanda de
A MULHER NA PROPAGANDA POLÍTICA PARTIDÁRIA: uma
análise dos programas em bloco do PMDB e do PT na TV
aberta, março/abril 2017. / Amanda de Carvalho. --
2017.
112 f.
Orientador: Maria Berenice da Costa Machado.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Comunicação
Social: Publicidade e Propaganda, Porto Alegre, BR-
RS, 2017.

1. Mulher. 2. Propaganda Política Partidária. 3.
PMDB. 4. PT. I. Machado, Maria Berenice da Costa,
orient. II. Título.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

AUTORIZAÇÃO

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC (Trabalho de Conclusão de Cursos) intitulado A Mulher na Propaganda Política Partidária: uma análise dos programas em bloco do PMDB e do PT na TV aberta, março/abril 2017, de autoria de Amanda de Carvalho, estudante do curso de Comunicação Social – Habilitação Publicidade e Propaganda, desenvolvida sob minha orientação.

Porto Alegre, 22 de dezembro de 2017.

Assinatura:

Nome completo do **orientador**: Maria Berenice da Costa Machado.

AMANDA DE CARVALHO

A MULHER NA PROPAGANDA POLÍTICA PARTIDÁRIA: uma análise dos programas em bloco do PMDB e do PT na TV aberta, março/abril 2017.

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Hab. Publicidade e Propaganda.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

Profª Drª Maria Berenice da Costa Machado – UFRGS/DECOM
ORIENTADORA

Profª Drª Maria Helena Weber – UFRGS/DECOM
ORIENTADORA

Profª Drª Nísia Martins do Rosário – UFRGS/DECOM
ORIENTADORA

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me conceder o dom da vida, abençoar-me com seu amor infinito e me proporcionar muito mais do que eu mereço. Aos meus amigos e amigas, de perto e de longe, que escutaram as minhas dúvidas e sempre tiveram uma palavra de motivação e alegria. Aos meus colegas da FABICO que tornaram essa caminhada mais leve e sorridente. À minha irmã, Ana Paula, que desde que nasci é meu exemplo e fonte de inspiração. Ao meu irmão Arthur que desde que nasceu coloriu a minha vida. Aos meus pais, Paulo e Terezinha, por terem me criado em um lar cheio de amor, respeito e carinho. Por não se abaterem diante das dificuldades e saberem que é possível recomeçar sempre. Ao meu namorado, Lucas, razão do meu mais belo sorriso, por respeitar as minhas escolhas, entender as minhas faltas e, mesmo assim, continuar ao meu lado me motivando a trabalhar mais e melhor. Aos meus professores que continuam a se dedicar com empolgação à docência mesmo na iminência do desmonte das universidades públicas. À minha orientadora que me encheu de entusiasmo com a seu amor pela comunicação e docência. A todas as Mulheres que desafiaram leis e convenções sociais na busca de um mundo mais justo e igualitário. Seguimos na luta por uma sociedade em que a presença da Mulher nos espaços de poder não seja questionada. Que nossas filhas e netas possam colher os frutos dessa luta.

Não estamos aqui por sermos infratoras da lei;
estamos aqui por um esforço para nos
tornarmos as feitoras da lei.

(Emmeline Pankhurst)

RESUMO

Esta monografia tem como tema a Mulher e a Política; o objetivo é verificar a sua participação neste território em estudo que foca a Propaganda Política Partidária. Dados previamente levantados indicam a baixa participação feminina no Brasil, se comparada a outros países com o mesmo grau de desenvolvimento econômico. Inegável que os partidos políticos são dominados pelos homens e o papel relegado às mulheres é, na maioria das vezes, secundário. O objeto da análise são dois programas em bloco veiculados na televisão aberta, em março e abril de 2017, o primeiro do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), o outro do Partido dos Trabalhadores (PT). Para tanto é realizada revisão bibliográfica e documental, com destaque para Panke (2016) e Paiva (2008) norteiam os estudos sobre a Mulher na Política, Bobbio (1998) e Albuquerque e Diaz (2002) são guias sobre propaganda política partidária. Ao levantar questões relativas à mulher, à propaganda política, aos quadros partidários e à própria política, elege-se as categorias de análise: apresentadoras, protagonistas, cenários e temáticas. Com este estudo foi possível compreender como os dois maiores partidos brasileiros tratam a Mulher, seu espaço está bem delimitado e o foi pelos homens: é bem-vinda, desde que cumpra papel secundário.

Palavras-chave: Mulher; Propaganda Política Partidária; PMDB; PT.

ABSTRACT

This monograph has as theme Women and Politics; The objective is to verify your participation in this territory in study that focuses on Party Political Propaganda. Previous data indicate a low female participation in Brazil, if compared in other countries with the same degree of economic development. Undeniable that political parties are dominated by men and the role relegated to women is, in most of cases, secondary. The object of this analysis is two programas em bloco broadcasted on the open television in March and April 2017, Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), the other of the Partido dos Trabalhadores (PT). For this, a bibliographical and documentary review is carried out, especially Panke (2016) and Paiva (2008), who guide studies on Women in Politics, Bobbio (1998) and Albuquerque and Diaz (2002) are guides on political party propaganda. In raising questions about women, political propaganda, parties and their own politics, they are chosen as categories of analysis: presenters, protagonists, scenarios and themes. With this study it was possible to understand how the two largest Brazilian parties treat women, their space is well delimited by the men: it is welcome, as long as it fulfills a secondary role.

Keywords: Woman; Propaganda Party Politics; PMDB; PT.

LISTA DE SIGLAS DOS PARTIDOS POLÍTICOS BRASILEIROS REGISTRADOS JUNTO AO TSE

AVANTE: Avante
DEM: Democratas
NOVO: Partido Novo
PCB: Partido Comunista Brasileiro
PCdoB: Partido Comunista do Brasileira
PCO: Partido da Causa Operária
PDT: Partido Democrático Trabalhista
PEN: Partido Ecológico Nacional
PHS: Partido Humanista da Solidariedade
PMB: Partido da Mulher Brasileira
PMDB: Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PMN: Partido da Mobilização Nacional
PODE: Podemos
PP: Partido Progressista
PPL: Partido Pátria Livre
PPS: Partido Popular Socialista
PR: Partido da República
PRB: Partido Republicano Brasileiro
PROS: Partido Republicano da Ordem Social
PRP: Partido Republicano Progressista
PRTB: Partido Renovador Trabalhista Brasileiro
PSB: Partido Socialista Brasileiro
PSC: Partido Social Cristão
PSD: Partido Social Democrático
PSDB: Partido da Social Democracia Brasileira
PSDC: Partido Social Democrata Cristão
PSL: Partido Social Liberal
PSOL: Partido Socialismo e Liberdade
PSTU: Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado
PT: Partido dos Trabalhadores
PTB: Partido Trabalhista Brasileiro

PTC: Partido Trabalhista Cristão

PTdoB: Partido Trabalhista do Brasil

PV: Partido Verde

REDE: Rede Sustentabilidade

SD: Solidariedade

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Capa IstoÉ: As explosões nervosas da Presidente	20
Figura 2 – Angela Merkel e outros na sala de conferência do G8.....	21
Figura 3 – Campanha #morewoman: Ângela Merkel e sozinha na sala de conferência do G8.....	22
Figura 4 – Encontro do G20 ampliado	22
Figura 5 – Campanha #morewoman: Três Mulheres no encontro do G20.....	23
Figura 6 – Sala da Situação na Casa Branca	23
Figura 7 – Campanha #morewoman: Hilary Clinton na Sala da Situação	24
Figura 8 – Presidenta Dilma Rousseff durante declaração a imprensa após a confirmação do seu afastamento pelo Senado	30
Figura 9 - Representação das Mulheres no Senado	31
Figura 10 - Representação das Mulheres na Câmara Federal	31
Figura 11 - Representação das Mulheres na Assembleia RS	32
Figura 12 – Tipos de Propaganda Política	48
Figura 13: Michel Temer assume provisoriamente	58
Figura 14: Apresentadora do PMDB	64
Figura 15: Apresentadora do PT	66
Figura 16: Teresa Surita, prefeita da Boa Vista	68
Figura 17: Ericka Filippelli, Presidente do PMDB Mulher DF	69
Figura 18: Josi Nunes, Deputada Federal	69
Figura 19: Jéssica Sales, Deputada Federal	70
Figura 20: Rose Freitas, senadora	70
Figura 21: Fátima Pelaes, Secretária Especial de Políticas para Mulheres	71
Figura 22: Marta, Senadora	71
Figura 23: Eliane Sinhasque, Deputada Estadual – Acre	72
Figura 24: Elcione Barbalho, Deputada Federal	73
Figura 25: Marinha Raupp, Deputada Federal	73
Figura 26: Soraya Santos, Deputada Federal	74
Figura 27: Daniela Neves, beneficiária do Bolsa Família	74
Figura 28: Dona Quitéria, agricultora	75
Figura 29: Palácio do Planalto	77
Figura 30: São Paulo	78
Figura 31: Paraíba	78
Figura 32: O presidente certo na hora certa	79
Figura 33: Escolhas	80

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: América Latina e Caribe-Cronologia do Reconhecimento do Sufrágio Universal e o acesso das Mulheres à presidência.....	27
Quadro 2: A primeira vez das mulheres na política e a quantidade de Mulheres que ocupam cargos eletivos atualmente.....	37

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 GÊNERO E POLÍTICA	18
2.1 Breve Revisão sobre Gênero	24
2.1.2 Discurso Político de Gênero.....	26
2.1.3 O Direito ao voto da Mulher no Brasil.....	26
2.2 Breve História do Feminismo no Brasil	33
2.3 Candidatas Mulheres	36
2.3.1 As primeiras Mulheres eleitas	38
2.4 Cotas de Gênero: proporção de Mulheres e Homens	39
3 A PROPAGANDA POLÍTICA NA TELEVISÃO	42
3.1 Breves considerações sobre Política, Democracia e Partidos Políticos	42
3.2 Propaganda Política Eleitoral e Partidária	44
3.3 Breve histórico sobre a Propaganda Política na Televisão	48
3.4 Legislação Eleitoral	50
4 A MULHER NA POLÍTICA	53
4.1 Metodologia de análise dos programas em bloco	53
4.2 Partido Movimento Democrático Brasileiro.....	55
4.2.1 Apenas Homens.....	57
4.2.2 Bela Recatada e do Lar.....	58
4.3 Partido dos Trabalhadores	59
4.3.1 Participação de Homens e Mulheres.....	61
4.3.2 Dilma pós-Impeachment.....	62
4.4 Análises dos programas do PMDB e do PT	62
4.4.1 Apresentadoras	64
4.4.2 Protagonistas	68
4.4.3 Cenários	77
4.4.5 Temáticas.....	79
4.4.6 O Lugar da Mulher na Política.....	81
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	83
REFERÊNCIAS	88
ANEXO 1 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável ONU	93
ANEXO 2 - Mapa Women in Politics 2017	95

APÊNDICE 1 – Decupagem Programa em Bloco do PMDB	96
APÊNDICE 2 – Decupagem Programa em Bloco do PT.....	103

1 INTRODUÇÃO

Por muitos séculos, os espaços permitidos para a Mulher foram escassos e dependentes da aprovação masculina. Se formos analisar do ponto de vista da legislação, a conquista de direitos pelas Mulheres sempre estiveram atreladas às concessões dos homens, maioria dos membros do Congresso Nacional que criam e aprovam as leis. No plano social os níveis de participação e de igualdade de gênero sempre foram desiguais com predominância dos homens. Ou seja, o mundo foi e ainda é falocêntrico. Assim, a participação de mais Mulheres na política é fundamental, pois elas e somente elas poderão dar mais voz e abrir caminhos para outras Mulheres.

A participação das Mulheres na política no Brasil é considerada baixa, se comparada a outros países com o mesmo grau de desenvolvimento econômico. Os partidos políticos são dominados pelos homens e o papel relegado às Mulheres é, na maioria das vezes, secundário. Contudo, desde a luta pelo sufrágio, no final do século XIX, a Mulher busca por mais participação nas instâncias decisórias de poder. Querem autonomia para escrever a sua própria história. Mecanismos como a cota de gênero têm auxiliado a maior participação, porém, o índice de eleitas segue aquém do desejado.

No cenário político e na propaganda política, o papel da Mulher não é destacado. Elas aparecem como porta-vozes de uma causa, outras vezes para exaltar um outro candidato homem ou ainda para apresentar um representante do partido. Ou seja, a Mulher serve muito para atrair a atenção de possíveis eleitores e com funções secundárias, raramente para levantar/defender as suas próprias questões e plataformas políticas.

Desejamos então estudar como a Mulher vem sendo retratada na propaganda política partidária, indicador do seu lugar na política. Em 2017, ano de intervalo eleitoral, conforme o Tribunal Superior Eleitoral, os partidos poderiam veicular os programas em bloco na televisão aberta, com duração de 5 a 10 minutos, no horário das 20h30min às 20h40min, nas terças e quintas.

Segundo a lei, esses programas são destinados aos partidos, para promover suas ideologias e as causas ligadas à cidadania e à educação política. Ao observar como a Mulher é representada nessas peças audiovisuais poderemos evidenciar seu espaço nos quadros partidários, e na própria política.

Elegemos para a análise duas peças veiculadas na televisão aberta durante o primeiro semestre de 2017, delimitadas a dois partidos: Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) e Partido dos Trabalhadores (PT). O primeiro por ser o partido do atual Presidente do Brasil e o segundo por ter eleito a primeira Mulher Presidenta da República. Ambos são os maiores partidos do país em número de filiados.

A escolha do tema sobre a Mulher na propaganda política partidária está relacionada a um crescente movimento de reflexão e busca por direitos nomeado como nova onda feminista¹. A questão que norteia esta pesquisa é como a mulher é representada na Propaganda Política Partidária, indicador do seu espaço na política e marcador das diferenças de gênero. Como as questões de gênero têm sido construídas nessas peças e qual é o espaço “determinado” ou delimitado para a mulher? A partir dessas questões, traçamos como objetivo geral compreender o lugar da Mulher na Política através da propaganda dos dois maiores partidos brasileiros. E como objetivos específicos: a) revisar as teorias sobre Gênero, a história do feminismo no Brasil, destacar as candidatas Mulheres, as primeiras eleitas e as cotas por gênero; b) apresentar conceitos relativos à Política, Democracia, Partidos Políticos e a legislação que sustenta a propaganda política na televisão; c) analisar dois programas em bloco veiculados na televisão aberta, em março e abril de 2017, o primeiro do Partido do Movimento Democrático Brasileiro, o outro do Partido dos Trabalhadores.

Este estudo divide-se em duas partes: a teórica, revisa a bibliografia e documentos, no segundo e terceiro capítulos. No quarto capítulo é apresentada a parte empírica com a análise das peças audiovisuais.

O capítulo dois propõe-se a tecer relações entre a Mulher e a política. Iniciamos revisitando a história do Feminismo no Brasil, passamos por questões de gênero que permeiam os espaços de poder e, ainda, pelos perfis das candidatas e as cotas de gênero. Panke (2016), Paiva (2008) e Pinto (2003) são autoras que fundamentam a construção deste capítulo.

Para fundamentar o estudo buscamos, no capítulo três, conceitos relativos à propaganda política e sua veiculação na televisão. Revisamos as ideias de Albuquerque e Diaz (2002), Bobbio (1986) e Gomes (2000). Necessário também

¹ As diversas ondas do feminismo acadêmico. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/escriptorio-feminista/feminismo-academico-9622.html>. Acesso em: 19/12/2017.

buscar na Legislação Eleitoral para entender a aproximação entre propaganda política eleitoral e propaganda política partidária e assim delimitar programas em bloco como objetos da análise.

No quarto capítulo ocorre a análise dos programas em bloco apresentados pelo PMDB e PT no primeiro semestre de 2017. É realizada a decupagem das peças audiovisuais seguida de uma análise de conteúdo. As categorias de análise que serão apresentadas neste capítulo são elas: as apresentadoras, as protagonistas, os cenários e as temáticas. Necessário também contextualizar com a história dos dois partidos e entender a participação da Mulher nos mesmos.

Cabe salientar que tanto a autora como a orientadora desta monografia são Mulheres. Por reconhecer-se dentro das questões de gênero que apresenta, a autora ora se aproxima e se inclui no texto, ora se afasta para manter teor científico deste estudo. O trabalho completa-se com as considerações finais e referências.

2 GÊNERO E POLÍTICA

Por muito tempo o espaço destinado à Mulher se restringiu aos cuidados com a casa e a criação dos filhos. O corpo da Mulher era destinado à reprodução e a força braçal pouco valorizada (como ainda é o caso das Mulheres no campo). As que fugiam desta regra estavam destinadas a viver à margem da sociedade. Mas evoluímos para um período histórico em que pode-se usufruir um pouco mais das conquistas. Podemos votar e ser votadas, trabalhar e até mesmo escolher se desejamos ser mães ou não.

Apesar de toda a evolução e conquistas de direitos sociais, há ainda espaços na sociedade em que a presença das Mulheres parece não ser apreciada. A política é um deles. Luciana Panke (2016, p. 23) afirma: “A política é um universo masculino”. E por ser um espaço dominado por homens a voz da Mulher é constantemente silenciada. Questões trazidas pelo feminismo como o machismo, a misoginia e o patriarcado são polêmicas e muitas vezes vistas como se suas práticas fossem algo natural. São temas que de tão enraizados na estrutura social, não são questionados e, de forma recorrente, sequer se percebe a sua existência. São questões vistas como integrantes da ordem natural das coisas (PANKE, 2016).

Assim, a participação das Mulheres nos espaços de poder, que são majoritariamente dominados pelos homens, conforme será evidenciado neste capítulo, sempre aconteceu através da mobilização. Ao longo da história, muitas Mulheres tentaram se organizar e mudar a realidade em que se encontravam. Foi dessa união, muitas vezes vencendo barreiras geográficas, que essas Mulheres perceberam a necessária organização para a conquista de direitos. Assim desenvolve-se o que classifica-se como Movimento Feminista.

O movimento das sufragistas, por exemplo, teve início no Reino Unido, no final do século XIX e garantiu o direito ao voto em 1918, se espalhou pelo mundo chegando ao Brasil no início da década de 1920, com o surgimento da primeira organização das Mulheres: a *Federação Brasileira para o Progresso Feminino* informa PAIVA (2008, p.2015).

Outra autora lembra que Bertha Lutz, uma das fundadoras da Federação, levou um abaixo-assinado ao Senado, em 1927, solicitando a aprovação do Projeto de Lei que dava o direito às Mulheres de votar e tinha a autoria do Senador Juvenal Larmartine (PINTO, 2010). As integrantes da federação eram médicas, dentistas,

escritoras, advogadas, escultoras, cientistas e engenheiras e buscavam, além do direito ao voto, a igualdade de condições com os homens. Vítimas de preconceito foram taxadas pela imprensa da época como histéricas e inferiores.

Essas classificações não eram alteradas, pois, desde a antiguidade a Mulher sempre foi considerada inferior. Jack Hoolland (2010) indica que mesmo sendo difícil identificar quando iniciou o preconceito contra a Mulher, o mito de que Eva induziu Adão ao pecado e também o mito de Pandora, na mitologia grega, podem ser considerados os fundadores para o pensamento atual. “Os mitos justificam também as coisas como são – tanto no natural como no social – e fundamentalmente crenças, rituais e papéis” (HOLLAND, 2010, p. 28)

O termo histeria também remete à Grécia Antiga. Embora Platão possa ser considerado um dos primeiros feministas, pois em *A República* defendeu que as Mulheres tivessem a mesma educação dos homens, o seu discípulo Aristóteles pode ser considerado o primeiro misógino, pois segundo ele, o que indicaria a diferença entre macho e fêmea seria que a fêmea era um macho mutilado. A palavra grega “hyaterá”, que significa matriz, está relacionada com útero. Logo, Mulheres com problemas no órgão eram nomeadas histéricas (PANKE, 2016).

A figura da Mulher foi constantemente usada para indicar algo negativo, enquanto como o homem isso não ocorria:

O homem representa há um tempo o positivo e o neutro, a ponto de dizermos ‘os homens’ para designar os seres humanos, tendo-se assimilado ao sentido singular o vocabulário vir o sentido geral da palavra homo. A Mulher aparece como o negativo, de modo que toda determinação lhe é imputada como limitação, sem reciprocidade (BEAUVOIR, 1967, p. 148).

Dessa forma, pode-se entender que, boa parte das falas da atualidade, baseadas nas piadas, nos chistes populares e as anedotas, que depreciam a Mulher têm origem histórica e respondem, pelo menos em parte, pela permanência das estruturas sociais tais como elas são. Importa também ressaltar que quando difundidas pela mídia, essas mensagens depreciativas se consolidam devido à abrangência e credibilidade dos meios de comunicação.

Um exemplo é a capa da revista IstoÉ com a imagem da ex-presidenta Dilma Rousseff, em um momento em que assistia a um jogo da seleção brasileira durante a Copa do Mundo, com a manchete: “As explosões nervosas da presidente”. A revista fazia alusão ao momento político vivido pela presidenta, que precedeu seu

afastamento do cargo e, posteriormente, o *impeachment*. A manchete pretendeu associar a falta de controle emocional com o fato de a presidenta do Brasil ser Mulher.

Figura 1 – Capa IstoÉ: As explosões nervosas da Presidente



Fonte: <http://www.correio24horas.com.br/fileadmin/acervo/uploads/RTEmagicC_istoe-229x300.jpg.jpg>. Acesso em 21/12/2017.

Faz-se necessário refletir se caso fosse um presidente homem este tipo de capa de revista seria colocada em circulação. Com Collor (que também sofreu processo de impeachment) isso não ocorreu. Céli Pinto afirma:

Relações de poder são constitutivas das relações sociais e não têm valor moral em si; os agentes interagem numa multiplicidade de cenários que constituem suas vidas privadas e públicas. O problema se coloca quando estas relações de poder se naturalizam em alguns agentes de dominação as quais se reproduzem historicamente. É neste momento que as desigualdades sociais encontram suas mais fortes expressões. (PINTO, 2011, p 19)

Admite-se que a Mulher conquistou, ao longo da história, maior visibilidade pública, emergindo dos espaços privados para ocupar posições de destaque nas esferas do poder (Paiva, 2008). Pode-se dizer que a Mulher já possui condições do ponto de vista legal e social de frequentar áreas antes exclusivas ao universo

masculino. A inserção da Mulher em campos estratégicos da sociedade, como a política, mesmo que lenta e tímida, estabelece, por si só, novas relações.

Em outubro de 2015 a revista ELLE britânica lançou a campanha #morewoman em que demonstrava através de um recurso de edição de imagens como os espaços de poder ainda são dominados por homens, especialmente a política. A campanha, realizada em virtude da revista do mês seguinte (novembro) abordar o tema Feminismo, consistia em apagar os homens de fotos de encontros políticos, videoconferências, reuniões e convenções para destacar quantas Mulheres se encontravam naqueles seletos grupos. A campanha foi apresentada em forma de vídeo e produzida pela RCA Films ao som de “*Get Your Way*”. A seguir apresentaremos algumas peças dessa campanha:

David Cameron, primeiro ministro do Reino Unido, Barack Obama, presidente dos Estados Unidos, Angela Merkel, Chanceler da Alemanha, e outros assistem jogo de futebol na sala de conferência do G8 em Camp David, Estados Unidos em 19/05/2012:

Figura 2 – Angela Merkel e outros na sala de conferência do G8



Fonte: Casa Branca foto de Pete Souza. Disponível em: <<http://www.businessinsider.com/david-cameron-barack-obama-and-angela-merkel-react-to-outcome-of-soccer-match-2012-5>> Acesso em 21/12/2017.

Figura 3 – Campanha #morewoman: Ângela Merkel e sozinha na sala de conferência do G8



Fonte: <<http://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2015/10/campanha-usa-fotos-para-mostrar-falta-de-mulheres-em-cargos-de-poder.html>>. Acesso em 21/12/2017.

A foto abaixo registra o encontro do G20 ampliado com 31 líderes mundiais que ocorreu em Londres em 02/04/2009.

Figura 4 – Encontro do G20 ampliado



Fonte: Getty Images <<http://www.bbc.com/portuguese/brasil-37227571>>. Acesso em: 21/12/2017.

Figura 5 – Campanha #morewoman: Três Mulheres no encontro do G20.



Fonte: <<http://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2015/10/campanha-usa-fotos-para-mostrar-falta-de-mulheres-em-cargos-de-poder.html>>. Acesso em 21/12/2017.

A foto abaixo registra Barack Obama, presidente dos Estados Unidos, Hillary Clinton, Secretária de Estado dos Estados Unidos, e outros na Sala da Situação na Casa Branca durante operação militar que matou Osama Bin Laden em 02/05/2011.

Figura 6 – Sala da Situação na Casa Branca



Fonte: Getty Images < <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2217185/Osama-Bin-Laden-dead-President-Obama-told-security-advisers-raid-killed-terrorist-gamble.html>>. Acesso em 21/12/2017.

Figura 7 – Campanha #morewoman: Hillary Clinton na Sala da Situação



Fonte: <<http://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2015/10/campanha-usa-fotos-para-mostrar-falta-de-mulheres-em-cargos-de-poder.html>>. Acesso em 21/12/2017.

A assinatura da campanha afirmava: “*There’s room for more of us at the top*”, que em tradução livre seria “Há espaço para mais de nós no topo”.

Alguns dos conceitos trabalhados a seguir podem parecer não mais aplicáveis considerando o contexto das relações de gênero atuais, dentro das quais, as Mulheres posicionam-se em condições melhores quando comparada a períodos passados. Ou seja, houve momentos em que as fotos acima ficariam vazias caso os homens fossem apagados. Portanto, é necessário agora buscar o caminho percorrido para entender o momento atual.

2.1 Breve Revisão sobre Gênero

O conceito de “gênero” foi desenvolvido e é utilizado em contraponto ao conceito de “sexo” com o objetivo de determinar o que é socialmente construído como oposto do que é biologicamente determinado (NICHOLSON, 2000). Nesta perspectiva, gênero é pensado, tipicamente, como referência ao comportamento e personalidade e não ao corpo. Portanto, gênero e sexo são distintos.

Gênero é a organização social da diferença sexual. Mas isso não significa que o gênero reflita ou produza diferenças físicas fixas e naturais entre Mulheres e homens; mas propriamente, o gênero é o conhecimento que estabelece significados para diferenças corporais (...). Não podemos ver as diferenças sexuais a não ser como uma função de nosso conhecimento sobre o corpo, e esse conhecimento não é puro, não pode ser isolado de sua implicação num amplo espectro de recursos discursivos (SCOTT, 1995, p.72)

Panke (2016) também salienta que o conceito de gênero está relacionado com vários aspectos (psicológico, biológico, social, cultural e político) e não está restrito ao binarismo reducionista feminino/masculino. Das várias perspectivas sobre o que seria gênero se dará ênfase aquela composta por estereótipos e símbolos que determinam o que é ou não aceito em determinados comportamentos. Panke menciona que Llombart (2007 p. 65-66) apresenta quatro elementos inter-relacionados que configuram o gênero:

- 1) Símbolos: culturalmente disponíveis, que evocam representações múltiplas e, muitas vezes, contraditórias;
- 2) Conceitos normativos: manifestam as interpretações dos significados dos símbolos, que contêm suas possibilidades metafóricas e que se expressam doutrinas religiosas, educativas, legais e políticas, onde se afirmam, categoricamente, os significados de homem/mulher; masculino/feminino;
- 3) Instituições e organizações sociais: implica não restringir gênero à família, se não, ter em conta sua presença em outros espaços, como mercado de trabalho, educação e política;
- 4) Identidade subjetiva: comporta pesquisar as maneiras com que se constroem essencialmente as identidades genéricas, relacioná-las com atividades, organizações sociais e representações culturais historicamente específicas (PANKE, 2016, p. 39).

Estes quatro elementos trabalham em conjunto na sociedade, sendo que uma das consequências são comportamentos questionáveis que podem ser considerados normais. Rosário (2006, p.12) afirma: “A padronização de gêneros reconhecida unanimemente está instituída sobre dois sexos – masculino/feminino”. Questões de vestimenta, por exemplo, podem ser vistas como pertencentes a um gênero determinado. Assim como escolhas profissionais, como é o caso da política. Esses temas mostram a dominação de um sexo diante do outro. “As identidades de gênero e sexuais são compostas e definidas por relações sociais, elas são moldadas pelas redes de poder de uma sociedade” (LOURO, 1999, p. 11).

Tratando-se de relações de poder e gênero é necessário destacar ainda o pensamento de Bourdieu acerca da dominação masculina:

“a dominação masculina e a maneira como ela se impôs e se sustentou, o melhor exemplo daquela submissão paradoxal, consequência do que chamo de violência simbólica, violência amortecida, insensível, e invisível para as próprias vítimas, que se exerce através de caminhos puramente simbólicos da comunicação e do conhecimento ou, mais exatamente, do desconhecimento, do reconhecimento, ou em última instância do sentimento” (BOURDIEU, 2000, p 11-12).

2.1.2 *Discurso Político de Gênero*

O objeto será analisado no capítulo quatro, contudo já é possível adiantar alguns conceitos que serão abordados. Em relação ao Discurso Político de Gênero tratado por Jussara Prá (2016) é possível dizer que o mesmo já está constituído e possui consequências práticas. Primeiramente na forma como as Mulheres refletem sobre o processo político e, em segundo lugar, na configuração com que esse processo se dá tendo como pressupostos os sujeitos políticos que fizeram esse discurso e sua prática política. Por exemplo, o que é dito em uma propaganda política na TV.

É importante destacar que, mesmo tendo utilizado o termo discurso político, Prá não utilizou técnicas convencionais de análises de discurso (análise lexicológica, categorial de enunciação ou de conotações). Ela tinha o objetivo apenas de entender algumas características do discurso de gênero tendo em vista situar até que ponto o histórico de mobilização feminino influenciou as Mulheres em relação à política. Foi realizada uma “reflexão sobre a possibilidade de transformações da condição secundária da Mulher e política” (PRÁ, 2016 p. 139).

Assim como Prá, neste estudo não nos debruçaremos sobre os conceitos de discurso, bem como suas técnicas de análise. Trabalharemos com o termo “narrativa” para descrever o que é dito pelas Mulheres nos programas em bloco de propaganda eleitoral partidária, apresentados no capítulo quatro.

2.1.3 *O Direito ao voto da Mulher no Brasil*

O direito ao voto no Brasil foi garantido apenas em 24 de fevereiro de 1932, quando foi promulgado o Novo Código Eleitoral brasileiro pelo presidente Getúlio Vargas. Contudo, mesmo com o direito conquistado havia restrições: somente as Mulheres casadas (com autorização dos maridos) e as viúvas e solteiras que tivessem renda própria, poderiam exercer um direito básico para o pleno exercício da cidadania².

Porém, ainda antes da possibilidade de votar já havia Mulheres candidatas a cargos eletivos. O primeiro registro de uma Mulher eleita data de 1928. Alzira

²82 anos da conquista do voto feminino no Brasil. Disponível em <<http://www.tre-es.jus.br/imprensa/noticias-tre-es/2014/Fevereiro/82-anos-da-conquista-do-voto-feminino-no-brasil>> Acesso em: 21/12/2017.

Soriano conquistou 60% dos votos e foi eleita prefeita de Lajes, no Rio Grande do Norte. Foi a primeira Mulher da América Latina a assumir o governo de uma cidade.³

Foi a mudança no código eleitoral do Rio Grande do Norte, feita pelo então governador Juvenal Lamartine, em 1927, que garantiu a participação no pleito de Alzira Soriano e de outras Mulheres que foram eleitas e empossadas (PAIVA, 2008).

Desde a conquista do direito ao voto até 2010 com a eleição de Dilma Rousseff⁴, primeira Mulher Presidenta da República Federativa do Brasil, passaram-se 78 anos. Se comparado com alguns países da América Latina (Quadro 1), o Brasil foi um dos primeiros países a permitir o voto feminino, porém, não elegeu uma Mulher para o maior cargo da nação com o mesmo vanguardismo.

Quadro 1: América Latina e Caribe-Cronologia do Reconhecimento do Sufrágio Universal e o acesso das Mulheres à presidência

País	Reconhecimento do Sufrágio Feminino	Primeira Mulher Assume a Presidência	Anos Transcorridos entre Sufrágio e Presidência Feminina
Bolívia (Est. Plur. Da)	1952	1979	27
Antilhas Holandesas	1948	1977	29
Dominica	1951	1980	29
Nicarágua	1955	1990	35
Bahamas	1964	2005	41
Guiana	1953	1997	44
Panamá	1946	1999	53

³ “Alzira Soriano disputou em 1928, aos 32 anos, as eleições para a prefeitura de Lajes, cidade do interior do Rio Grande do Norte, pelo Partido Republicano, e venceu com 60% dos votos, quando as mulheres nem sequer podiam votar”. Disponível em <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2013/Marco/semana-da-mulher-primeira-prefeita-eleita-no-brasil-foi-a-potiguar-alzira-solano>> Acesso em: 21/12/2017.

⁴ Dilma Rousseff é a primeira mulher eleita presidente do Brasil. Disponível em: <<http://g1.globo.com/especiais/eleicoes-2010/noticia/2010/10/dilma-rousseff-e-primeira-mulher-eleita-presidente-do-brasil.html>> Acesso em: 21/12/2017.

Chile	1949	2006	57
Argentina	1947	2007	60
Costa Rica	1949	2010	61
Jamaica	1944	2006	62
Brasil	1932	2010	78

Fonte: Comissão econômica para América Latina e Caribe (CEPAL), sobre a base de informação do Observatório de Igualdade de Gênero da América Latina e Caribe, janeiro de 2013. (Quadro: PANKE, 2016 p. 47)

Dentre os países listados por PANKE (2016, P. 47) percebe-se que o Brasil foi pioneiro na aprovação do sufrágio feminino, mas, também, foi o que mais levou tempo para eleger uma Mulher para o cargo máximo do executivo do país.

A política, espaço majoritariamente masculino, é um território de disputas de poder formatado na dinâmica dos homens: horários, modos de atuação e negociação (PANKE, 2008). Na luta pela ocupação desse espaço, tão caro para o exercício pleno da democracia, Mulheres batalham há quase um século na América Latina. A Eleição de quatro Mulheres para o cargo máximo do país, a partir da metade dos anos 2000, na América Latina, demonstra que está se abrindo um caminho para a naturalização da presença de Mulheres nos espaços de poder. E mais do que isso, está se abrindo caminho para as Mulheres serem líderes.

Dilma Rousseff foi eleita 36° Presidente do Brasil nas eleições de 2010. Seu mandato iniciou em primeiro de janeiro de 2011 sendo reeleita em 2014. Em 31 de agosto de 2016 foi afastada definitivamente do cargo, após sofrer processo de Impeachment.

Cristina Kirchner foi eleita 55° Presidente da Argentina e a primeira Presidenta por voto direto. Presidiu o país de 10 de dezembro de 2007 a 10 de dezembro de 2015, tendo sido reeleita em 2011. Michele Bachelet, atual Presidenta do Chile, exerceu mandato pela primeira vez de 11 de março de 2006 a 11 de março de 2010. Foi eleita novamente em 2013 e, desde 11 de março de 2014 é a 50° Presidente do Chile. Laura Chinchilla foi eleita 47° Presidente da Costa Rica em 2010 e exerceu mandato de oito de maio de 2010 a oito de maio de 2014.

Importa destacar que de todas as presidentas mencionadas, a única a não terminar o seu mandato, conforme o período para o qual foi eleita, foi a presidenta Dilma Rousseff.

"O fato de ser Mulher teve influência na abertura do meu processo de impeachment." afirmou Rousseff em um de seus últimos compromissos oficiais como Presidenta da República, na abertura da 4ª Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres em 10 de maio de 2016. "A história ainda vai dizer o quanto de violência contra a Mulher, o quanto de preconceito contra a Mulher tem nesse processo de impeachment golpista", continuou.

Embora negado por alguns setores da sociedade o fato de Dilma ser Mulher teve influência no processo de impeachment:

Se não é possível afirmar que o impeachment foi motivado por questões de gênero, negar o papel desses estereótipos de gênero no processo é fruto de uma cegueira absoluta. É negar que relações de gênero estruturam, no nível mais básico, todas as relações e a vida humana (GONCALVES; ROSENDO, 2016)⁵.

O processo de Impeachment foi longo e noticiado exhaustivamente pelos meios de comunicação. Iniciou em dois de dezembro de 2015, com a aceitação pelo presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, de um dos pedidos de impeachment protocolados na casa. Em 17 de abril de 2016, a Câmara dos Deputados autorizou o Senado Federal a instaurar processo de impeachment contra Dilma. No dia 12 de maio de 2016 o Senado Federal autorizou a abertura do processo de impeachment, e determinou o afastamento de Dilma da Presidência da República pelo período de até 180 dias. Em 31 de agosto de 2016 o Senado Federal aprovou o pedido de impeachment e afastou definitivamente a presidente do cargo⁶.

A imagem a seguir mostra Dilma cercada de integrantes de seu governo, formado por homens e Mulheres, durante pronunciamento após a confirmação do seu afastamento.

⁵ Mais um golpe contra as mulheres. Disponível em <<http://justificando.cartacapital.com.br/2016/09/05/mais-um-golpe-contra-as-mulheres/>> Acesso em: 21/12/2017.

⁶ Impeachment de Dilma Rousseff. Disponível em: < <http://historiadomundo.uol.com.br/idade-contemporanea/impeachment-dilma-rousseff.htm>> Acesso em: 21/12/2016.

Figura 8 – Presidenta Dilma Rousseff durante declaração a imprensa após a confirmação do seu afastamento pelo Senado



Fonte: Fotografia de Roberto Stuckert Filho. Disponível em < <http://www.pt.org.br/nao-existe-injustica-maior-q-condenar-um-inocente-afirma-dilma/>> Acesso em 21/12/2017.

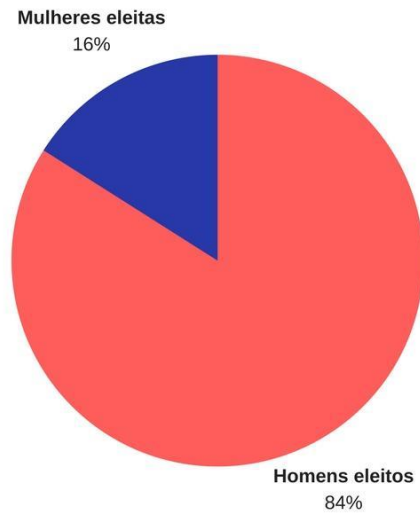
Mesmo com a evolução da legislação, no sentido de garantir a participação das Mulheres na candidatura a cargos eletivos, em 2017 na Câmara dos Deputados, a bancada feminina tem apenas 51 deputadas (9,94% das 513 cadeiras) e 13 senadoras (16% das 81 vagas)⁷. Isso faz com que o Brasil se encontre na 154ª posição entre 193 países com relação à ocupação de Mulheres nos parlamentos. O ranking divulgado pela União Interparlamentar⁸, mostra que do continente latino americano, o país é o terceiro pior colocado, atrás somente de Belize (183º) e do Haiti (187º). Na América do Sul, é o país com menor representação parlamentar feminina.

A figura 9 mostra, a seguir, a diferença existente entre o número de eleitas Mulheres e o de homens no Senado Brasileiro.

⁷“Embora representem sete milhões a mais de votos, as mulheres ainda não têm representação proporcional a esse número no Parlamento. Em 2014, só 11% dos cargos em disputa em todo o país ficaram com candidatas”. Disponível em: <<http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2016/03/08/lugar-de-mulher-tambem-e-na-politica>> Acesso em: 21/12/2017.

⁸ União Interparlamentar (www.ipu.org) é uma “Organização internacional dos parlamentos dos Estados soberanos, com sede em Genebra (Suíça), criada em 1889. Suas finalidades são: favorecer os contatos, a coordenação e a troca de experiências entre os parlamentos e os parlamentares de todos os países; examinar as questões de interesse internacional e se pronunciar sobre elas a fim de suscitar uma ação dos parlamentos; contribuir para a defesa e a promoção dos direitos humanos; e contribuir para o melhor conhecimento do funcionamento das instituições representativas, assim como reforçar e desenvolver seus meios de ação. Integrada por mais de 140 parlamentos, a UIP trabalha em estreita colaboração com a ONU, de cujos objetivos partilha e cujos esforços apóia.” Disponível em: < <http://www2.camara.leg.br/agencia/noticias/74073.html>> Acesso em: 21/12/2017.

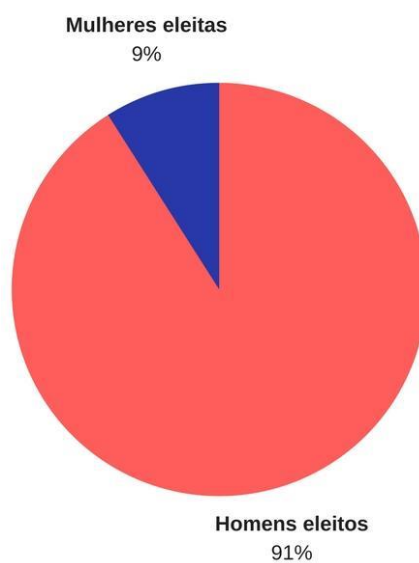
Figura 9 - Representação das Mulheres no Senado



Fonte: Elaborado pela autora.

Esta diferença é ainda maior na Câmara Federal, conforme mostra a figura 10:

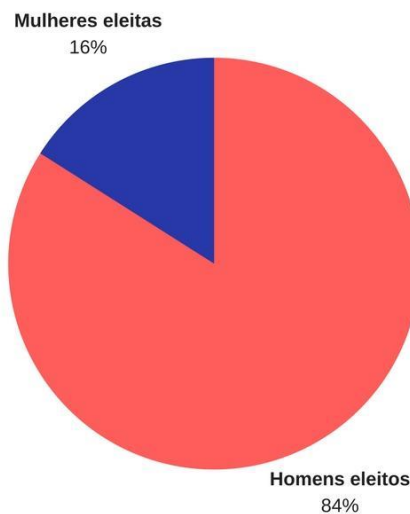
Figura 10 - Representação das Mulheres na Câmara Federal



Fonte: Elaborado pela autora.

Já no Rio Grande do Sul, temos nove deputadas eleitas sendo 46 o número de cadeiras, o que equivale a 16% das vagas:

Figura 11 - Representação das Mulheres na Assembleia RS



Fonte: Elaborado pela autora.

Assim, faz-se necessário pensar sobre a presença e a participação das Mulheres nas esferas de poder do Estado, em especial no âmbito parlamentar e executivo, espaços em que as Mulheres são autorizadas a exercer as suas funções quando eleitas. A Mulher na política abre uma brecha nos constantes discursos da cultura machista que preserva os espaços das instâncias decisórias do poder aos homens (PAIVA, 2008).

Analisar as relações de gênero por meio da representação das Mulheres na propaganda política implica revisitar conceitos-chave para a compreensão dos programas em bloco que serão avaliados. Faz-se necessário discorrer brevemente sobre a história do Movimento Feminista no Brasil, que está intimamente ligado com o acesso da Mulher aos espaços de poder.

2.2 Breve História do Feminismo no Brasil

A considerada Primeira Onda do Feminismo perdeu força no início da década de 30, tanto no Brasil quanto em outros países. Com a instituição do Estado Novo, em 1937, houve a dissolução do Congresso. Carlota Pereira Queiroz, que em 1933 tornou-se a primeira Mulher a ocupar uma cadeira na câmara dos Deputados Federais por São Paulo, e Bertha Lutz, suplente que assumiu o cargo de Deputada Federal após a renúncia do deputado Cândido Pessoa, tiveram seus mandatos cassados (PAIVA, 2008).

O *Segundo Sexo*, de Simone Beauvoir, publicado em 1949 é até hoje considerando um grande símbolo do feminismo. O livro traz a máxima “não se nasce Mulher, se torna Mulher” que está relacionada com a construção da Mulher como ser social. Beauvoir afirma que “a Mulher não é definida nem por seus hormônios nem por seus instintos misteriosos, mas pela maneira pela qual ela recupera, por meio de consciências alheias, seu corpo e sua relação com o mundo” (BEAUVOIR, 1967 p. 9 e 494).

A década de 60 trouxe o que iria revolucionar a forma como a Mulher se comportava em relação ao seu corpo: a pílula anticoncepcional. A partir de então, seria a Mulher a decidir quando e quantos filhos queria ter, seria a dona do seu corpo. Pensava-se que assim seria.

Neste contexto, Betty Friedan lança em 1963 o livro que seria uma espécie de “Bíblia” do novo feminismo: *A mística feminina* (PINTO, 2003). O movimento feminista surge com toda a força, nos Estados Unidos e na Europa, durante a década de 1960. Pela primeira vez as Mulheres falam diretamente sobre a questão das relações de poder entre homens e Mulheres.

O feminismo⁹, aparece como um movimento libertário, que não busca apenas espaço para a Mulher na educação, no trabalho e na vida pública, mas que luta, acima de tudo, por uma nova forma de relacionamento entre homens e Mulheres.

⁹ “Feminismo é um movimento social e político que tem como objetivo conquistar o acesso a direitos iguais entre homens e mulheres e que existe desde o século XIX.” Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/sociedade/o-que-e-feminismo-2198.html>> Acesso em: 21/12/2017.

Há várias linhas feministas, algumas delas são: Anárquico, Cultural, Cibernético, Ecológico, Interseccional, Lésbico, Liberal, Marxista, Maternal, Negro, Radical, Transfeminismo, entre outros. Esta monografia não se debruça sobre o tema, que é profundo e amplo. Contudo, importa falar sobre a sua existência e as conquistas da Mulher na política através dele.

Busca-se liberdade e autonomia para que a Mulher possa decidir sobre sua vida e seu corpo (PINTO, 2003).

Em 1975, A Organização das Nações Unidas (ONU), durante a I Conferência Internacional da Mulher, ocorrida no México, declarou os 10 anos seguintes como a Década da Mulher. Foi lançada uma Carta Política que defendia a organização das Mulheres em prol dos seus direitos:

A Carta Política, lançada pelo Círculo da Mulher em Paris, em 1976 dá uma medida muito boa da difícil situação em que estas mulheres encontravam-se: “Ninguém melhor que o oprimido está habilitado a lutar contra a sua opressão. Somente nós mulheres organizadas autonomamente podemos estar na vanguarda dessa luta, levantando nossas reivindicações e problemas específicos. Nosso objetivo ao defender a organização independente das mulheres não é separar, dividir, diferenciar nossas lutas das lutas que conjuntamente homens e mulheres travam pela destruição de todas as relações de dominação da sociedade capitalista” (PINTO, 2003, p. 54).

A criação do Conselho Nacional da Condição da Mulher (CNDM), em 1984, foi uma das mais significativas vitórias do feminismo no Brasil. Junto com o CFMEA (Centro Feminista de Estudos e Assessoria), o conselho realizou campanha de abrangência nacional para a inclusão dos direitos na Mulher na nova Carta Constitucional.

Céli Pinto (2010) afirma que na década de 1990, o movimento passou por um processo de profissionalização através da criação de Organizações Não-Governamentais (ONGs), focadas, principalmente, na intervenção junto ao Estado, com o objetivo de aprovar medidas protetoras para as Mulheres e de buscar espaços para a sua maior participação política. Uma das principais questões desse período foi a luta contra a violência doméstica.

Além da criação de Delegacias Especiais da Mulher, espalhadas pelo país, a maior conquista foi a Lei Maria da Penha¹⁰ (Lei n. 11 340, de sete de agosto de 2006), que criou mecanismos para coibir a violência doméstica e familiar contra a Mulher (PINTO, 2010). Mesmo com toda essa evolução a Mulher continua sendo vítima de violência. De acordo com o IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica

¹⁰ “A Lei Maria da Penha recebeu este nome em homenagem à Maria da Penha Maia Fernandes, que por vinte anos lutou para ver seu agressor preso. A Lei busca aumentar o rigor das punições sobre crimes domésticos e familiares praticados contra a Mulher e também mecanismos de proteção. Trata-se de qualquer ação ou omissão baseada no gênero que cause morte, lesão, sofrimento físico, sexual ou psicológico e dano moral ou patrimonial às mulheres”. Disponível em: <http://www.observe.ufba.br/lei_mariadapenha> Acesso em: 21/12/2017.

Aplicada) entre 2009 e 2011, o Brasil registrou 16,9 mil feminicídios – são considerados feminicídios assassinatos de Mulheres por conflito de gênero, praticados em sua maioria por cônjuges.

Para além da violência sofrida pela Mulher no espaço doméstico está a violência invisível sofrida nos espaços de poder. Constantemente questionadas, vítimas de piadas machistas e reducionistas, a Mulher que ocupa cargos políticos precisa constantemente provar o seu valor. De forma geral, pode-se admitir que, parte do fluxo discursivo na atualidade é responsável pela conservação de estruturas sociais nas quais a exclusão e o preconceito consolidam-se nas piadas, nos chistes populares e nas anedotas, porém também, e de maneira muito mais abrangente, porque massiva, nas mensagens difundidas pela mídia (PAIVA, 2008).

2.3 Candidatas Mulheres

Pesquisa realizada por Panke (2016), analisa 21 campanhas presidenciais da última década na América Latina para verificar como as Mulheres aparecem nos vídeos das campanhas, a autora traça o perfil das candidatas e indicar três tipologias predominantes: a guerreira, a maternal e a profissional.

O perfil da candidata guerreira se caracteriza por ser uma Mulher que se destaca por assumir iniciativas e que atua politicamente para realizar mudanças sociais. “Todas as Mulheres que entram em espaços predominantemente masculinos, como a política, podem ser consideradas guerreiras em algum grau” (PANKE, 2016 p. 122). O que predomina nessa tipologia é o papel da Mulher líder, não da Mulher masculinizada.

A tipologia maternal é bastante valorizada já que a maternidade é uma construção social para a Mulher. A grande valorização da Mulher como mãe pode justificar por que muitas candidatas a cargos eletivos destacam esse fato em detrimento a suas conquistas profissionais. “Numa sociedade machista, a maternidade é a única coisa que dá à Mulher um status de respeito, a enaltece aos olhos dos homens, como não o fazem a sua inteligência nem seu sucesso profissional” (CASTAÑEDA, 2013 p. 205).

Já o perfil profissional é o menos evidenciado nas campanhas de postulantes a cargos públicos na América Latina. Uma das possíveis explicações para essa situação está no fato de que o sucesso profissional não faz parte da identidade

feminina. A realização da Mulher está em casar-se, ter filhos e não em ter uma posição de liderança na sua ocupação profissional (PANKE, 2016).

Em vários momentos, durante as campanhas eleitorais, essas tipologias podem se misturar, porém a que mais se destaca é a maternal seguida pela guerreira e, por último a profissional. Isso demonstra como a ideia da Mulher em posições de poder/liderança é pouco valorizada.

Panke (2016) faz ainda relação entre as tipologias traçadas por ela e o conceito de “terceira Mulher ou Mulher indeterminada” de Lipovetsky (2000). A primeira Mulher seria a menosprezada, depreciada; a segunda a glorificada, exaltada; e a terceira está em processo de construção da própria identidade. “Tanto a primeira como a segunda Mulher estavam subordinadas ao homem; a terceira Mulher é sujeita de si mesma. A segunda Mulher era uma criação ideal dos homens, a terceira Mulher é uma auto criação feminina” (LIPOVETSKY, 2000 p. 237). Panke relaciona este raciocínio:

(...) a primeira mulher é a guerreira, a segunda é a maternal e a terceira a profissional. Enquanto a primeira necessita se fazer escutar, pedir atenção, a segunda é desejada por todos como a atenciosa e carinhosa; já a terceira é a independente que se está construindo de acordo com os seus valores e capacidades (PANKE, 2016 p. 199).

2.3.1 As primeiras Mulheres eleitas

Considera-se importante destacar as Mulheres que decidiram participar ativamente da política no Brasil e que foram eleitas pela primeira vez para os seus cargos. Consideramos que a partir das suas iniciativas abriram-se caminhos para outras. Dessa forma, as Mulheres vão conquistando mais espaços.

Como já mencionado, a primeira Mulher eleita no Brasil foi Alzira Soriano, prefeita de Lajes, no Rio Grande do Norte em 1928, e a primeira Deputada Federal foi Carlota Pereira de Queirós, eleita pelo estado de São Paulo em 1933 (CAJADO, DORNELES e PEREIRA, 2014).

A primeira Deputada Estadual foi Maria do Céu Fernandes, eleita em 1935 para a Assembleia Legislativa do Rio Grande do Norte. Com a implantação do Estado Novo, e, mais tarde, da Ditadura Militar, foi em 1979 que uma Mulher tornou-

se a primeira senadora do país. Eunice Michiles¹¹ foi suplente do senador João Bosco de Lima e assumiu o cargo após a sua morte.

Iolanda Fleming tornou-se a primeira Mulher a governar um estado brasileiro, após a renúncia do então governador do Acre, Nabor Teles da Rocha Júnior, em 1986. A primeira Mulher a ser eleita para o cargo foi Roseana Sarney, em 1994, para o estado do Maranhão.

Em 2010, Dilma Rouseff foi eleita a primeira Presidenta da República Federativa do Brasil. Importante destacar também que, em 1982, Esther de Figueiredo Ferraz, foi a primeira ministra de Estado da Nação, assumindo a pasta da Educação.

No Rio Grande do Sul, a primeira deputada a exercer mandato na Assembleia Legislativa foi Suely Oliveira¹², deputada entre 1951 e 1974, elegendo-se seis vezes consecutivas. As primeiras deputadas federais foram Yeda Crussius e Esther Pillar Grossi em 1994. No mesmo ano foi eleita a primeira Senadora, Emília Fernandes. Além de ser uma das primeiras deputadas federais eleitas pelos gaúchos Yeda Crussius tornou-se a primeira governadora do estado em 2006.

O quadro (2) a seguir destaca cargos eletivos e o ano em que foram ocupados pela primeira vez por Mulheres e seus respectivos nomes. A coluna atual mostra quantas Mulheres ocupam o cargo atualmente. A sigla BR indica que o cargo foi ocupado em nível nacional e a sigla RS para representantes eleitas pelos gaúchos.

Quadro 2: A primeira vez das Mulheres na política e a quantidade de Mulheres que ocupam cargos eletivos atualmente.

Cargo	Ano	Nome	Atual
Presidenta da República	2010	Dilma Rouseff	–
Senadora BR	1979	Eunice Michiles	13
Senadora RS	1994	Emília Fernandes	1

¹¹Direito de voto feminino completa 76 anos no Brasil; saiba mais sobre essa conquista. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2008/02/367001-direito-de-voto-feminino-completa-76-anos-no-brasil-saiba-mais-sobre-essa-conquista.shtml>> Acesso em: 21/12/2017.

¹²Livro vai contar trajetória da ex-deputada Suely Oliveira. Disponível em: <<http://www2.al.rs.gov.br/noticias/ExibeNoticia/tabid/5374/IdMateria/181137/default.aspx>> Acesso em: 21/12/2017.

Deputada Federal BR	1933	Carlota Pereira Queiróz	51
Deputada Federal RS	1994	Yeda Cruisius e Esther Pilar Grossi	2
Governadora BR	1986	Iolanda Fleming	1
Governadora RS	2006	Yeda Crusius	–
Deputada Estadual BR	1935	Maria do Céu Fernandes	121
Deputada Estadual RS	1951	Suely Oliveira	7
Prefeita BR	1928	Alzira Soriano	641
Prefeita Porto Alegre	–	–	–
Vereadora BR	1935	Maria Felizarda de Paiva Monteiro	7803
Vereadora Porto Alegre	1947	Julieta Battistioli	4

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados obtidos no site do TSE e Museu do Voto.

Embora não seja o foco deste estudo destacamos a participação das Mulheres no Poder Judiciário, Justificamos essa inclusão pois, vivemos momento histórico, pela primeira vez no Brasil, quatro Mulheres estão em cargos de liderança nas principais instituições jurídicas no país¹³. No Supremo Tribunal Federal, Carmen Lúcia é a presidente, Laurita Vaz ocupa a mesma posição no Supremo Tribunal de Justiça. Grace Mendonça é a titular na Advocacia-Geral da União, enquanto Raquel Dodge é a Procuradora-Geral da República. Em todos esses casos são as primeiras Mulheres a ocuparem seus cargos. O Superior Tribunal Eleitoral já foi presidido por uma Mulher entre 2012 e 2013: Carmem Lúcia.

¹³De Raquel Dodge a Cármen Lúcia: o que 4 mulheres no topo representam para a Justiça. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/07/1902130-de-raquel-dodge-a-carmen-lucia-o-que-4-mulheres-no-topo-representam-para-a-justica.shtml>> Acesso em: 21/12/2017.

2.4 Cotas de Gênero: proporção de Mulheres e Homens

Prá (2016) afirma que ascensão da Mulher como ser político está relacionada com o reconhecimento das desigualdades sociais, frequentemente reforçadas por determinações de gênero e classe em sociedades como a brasileira, dependentes e estratificadas. É necessário reconhecer e dar visibilidade às minorias políticas que estão expostas a vários tipos de opressão (raça, etnia, idade, classe social). Esse processo de reconhecimento traz à tona o sujeito político, que se constrói pela ação coletiva de grupos ou de indivíduos que se encontram marginalizados.

Para Prá (2016) A diversidade social que o Brasil vivencia envolve a divergência de interesses que precisam ser contemplados no momento da elaboração de um projeto político. É necessário que se acolha uma multiplicidade de demandas. Nesse sentido se faz um questionamento: Quem além das Mulheres poderia identificar as demandas das Mulheres?

Por isso, a presença feminina em esferas que vão do social ao político é tão importante. Contudo, como já mencionado, a política é um universo majoritariamente masculino e a participação pode ser vista muitas vezes com reservas ou até mesmo sem apoio algum. Como evidência disso são as expressões de uso comum na linguagem que “situam as Mulheres na estrutura social ou delimitam seu comportamento político, entre as quais: lugar de Mulher é em casa; política é coisa de homem; ou Mulher não vota em Mulher” (PRÁ, 2016 p.18).

A Lei de Cotas tinha, como objetivo, obrigar os partidos a investirem em candidaturas de Mulheres, para reverter a suposição de que, se elas quisessem ser candidatas, os partidos poderiam barrá-las. “Havia a expectativa de que, uma vez instituída a Lei de Cotas, o cenário da baixa representação feminina seria substancialmente alterado” (PAIVA, 2008 p.27). Também era esperado o crescimento do número de eleitas, que não foi tão significativo.

Lei nº 9.504/1997, que rege as eleições no Brasil, estabelece que cada partido ou coligação deve reservar no mínimo 30% e no máximo 70% de candidatos de cada gênero. É importante salientar que a lei não faz distinção entre qual percentual deve ser aplicado para cada gênero. A regra, redigida de modo indistinto, objetivou, como já mencionado, estimular a participação das Mulheres no cenário político.

No entanto, mesmo com a possibilidade de reserva de vagas, o percentual mínimo de 30%, sistematicamente, não é preenchido pelos partidos, que muitas vezes utilizam “laranjas” para burlar a lei. Em consequência, o aumento de candidaturas, em especial na Câmara Federal, é muito discreto (PAIVA, 2008).

A reforma eleitoral, promovida com a edição da Lei 12.034/09, alterou o dispositivo legal em questão, que passou a dispor: “Do número de vagas resultante das regras previstas neste artigo, cada partido ou coligação preencherá o mínimo de 30% e o máximo de 70% para candidaturas de cada sexo”. (BRASIL, 2009) A alteração é significativa, passando da mera reserva de vagas para uma determinação de preenchimento.

Cabe salientar que, para além da questão da igualdade de gêneros, atualmente, o que está sendo levado em consideração, em todo o mundo, é a preocupação em deixar os centros decisórios mais democráticos, com representações diversas, e com participação feminina.

Prova disto é a nova agenda de objetivos sustentáveis¹⁴ propostas pela ONU a partir de 2015 e que se baseiam nos oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio¹⁵. Dentre as novas ações o Objetivo 5: Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as Mulheres e Meninas. Os itens deste objetivo orientam a eliminar práticas de violência, formas de discriminação e práticas nocivas contra Mulheres e meninas em todo o mundo. Norteiam ainda iniciativas que visam atingir a igualdade de gênero como assegurar acesso universal à saúde sexual, realizar reformas que assegurem direitos econômicos igualitários, aumentar o uso de tecnologias da informação e comunicação para empoderamento das Mulheres e fortalecer políticas para a promoção da igualdade de gênero para todas as Mulheres e meninas em todos os níveis.

Interessa-nos dar ênfase especialmente ao item 5.5: “Garantir a participação plena e efetiva das Mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública”, tendo em vista a temática deste estudo. Após a análise do objeto realizada no capítulo

¹⁴Anexo 1

¹⁵Com o apoio de 191 países a Organização das Nações Unidas (ONU) estabeleceu em 2000 os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio. São eles: 1 - Acabar com a fome e a miséria; 2 - Oferecer educação básica de qualidade para todos; 3 - Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres; 4 - Reduzir a mortalidade infantil; 5 - Melhorar a saúde das gestantes; 6 - Combater a Aids, a malária e outras doenças; 7 - Garantir qualidade de vida e respeito ao meio ambiente; 8 - Estabelecer parcerias para o desenvolvimento.

quatro desta monografia poderemos inferir se estamos (Brasil) próximos do cumprimento desse objetivo.

Mesmo com a evolução da legislação, no sentido de garantir a participação das Mulheres na candidatura de cargos eletivos, ainda estamos muito longe do ideal. De acordo com o ranking mundial¹⁶ “*Woman in Politics: 2017*” divulgado pela União Interparlamentar (Anexo 2), o Brasil se encontra na 154ª posição entre 193 países com relação à ocupação de Mulheres nos parlamentos. Segundo esta fonte no continente Latino Americano, o Brasil é o terceiro pior colocado, atrás somente de Belize (183º) e do Haiti (187º). Na América do Sul, o Brasil também é o país com a menor representação parlamentar feminina. Neste ranking estamos atrás de países como o Afeganistão (27,7%), Paquistão (20,6%) e Serra Leoa (12,4%).

Considerando-se que o Índice de Desenvolvimento Humano¹⁷ (IDH) desses países encontra-se em 171, 147 e 181, lugar respectivamente, enquanto Brasil ocupa a posição 75, é necessário refletir sobre como, mesmo com um grau de desenvolvimento abaixo do nosso, ainda assim, esses países ficam à nossa frente no que tange à participação das Mulheres na política.

¹⁶O ranking foi lançado durante a 61ª Comissão sobre o Status da Mulher, o maior fórum intergovernamental sobre direitos da mulher e igualdade de gênero. Em 2017 o tema foi o empoderamento econômico das mulheres na mudança do mundo do trabalho. A disparidade salarial entre homens e mulheres foi destaque já que as mulheres recebem 77 centavos para cada dólar pago aos homens. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/brasil-fica-em-167o-lugar-em-ranking-de-participacao-de-mulheres-no-executivo-alerta-onu/>> Acesso em: 21/12/2017.

¹⁷“IDH é uma medida resumida do progresso a longo prazo em três dimensões básicas do desenvolvimento humano: renda, educação e saúde. O objetivo da criação do IDH foi o de oferecer um contraponto a outro indicador muito utilizado, o Produto Interno Bruto (PIB) per capita, que considera apenas a dimensão econômica do desenvolvimento.” Disponível em: <<http://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/idh0.html>> Acesso em: 21/12/2017.

3 A PROPAGANDA POLÍTICA NA TELEVISÃO

Para estudar a representação das Mulheres nos programas em blocos apresentados pelo PMDB e pelo PT no primeiro semestre de 2017, faz-se necessário buscar e revisar conceitos da comunicação política, a legislação e os formatos da propaganda política veiculados na televisão aberta.

3.1 Breves considerações sobre Política, Democracia e Partidos Políticos

Política é uma palavra de origem grega que remete à época em que os gregos estavam organizados em cidades-estados, as “*pólis*”. O termo significa tudo àquilo que se refere à cidade, logo, o que é urbano, civil, público e social (BOBBIO, 1998). Conceito que vem da obra de Aristóteles, intitulada *A Política*, considerada o primeiro tratado sobre a natureza, as funções e a divisão do Estado.

Democracia também é uma palavra de origem grega e significa “o governo do povo”, ou “o governo da maioria” (BOBBIO, 1986, p. 22). O autor entende que democracia como “um conjunto de regras de procedimento para a formulação de decisões coletivas, em que está prevista e facilitada a participação mais ampla possível dos interessados” (BOBBIO, 1986, p. 22).

Rito fundamental das democracias, a eleição é o ato de escolher, através de votação, um ou mais representantes para ocupar um cargo. A democracia representativa consiste na escolha de certos indivíduos para exercer o poder de forma soberana. Assim, os eleitos tornam-se os representantes do País, estado ou cidade conforme Rubim destaca:

As eleições, em plenitude, emergem como invenção moderna. Elas têm como exigências fundantes uma política que se legitima de modo secular através desse caráter de representação. O governo e os governantes tornam-se legítimos porque são escolhidos através deste rito público, que deve assegurar aos candidatos condições de competitividade, e por serem representantes dos (interesses dos) cidadãos (RUBIM, 2000, p. 91).

A política está presente, e de forma permanente, em todos os aspectos do nosso cotidiano. Ainda que o termo “política” seja utilizado muitas vezes de forma vaga ou pejorativa, ela é indissociável da vida em sociedade. Há uma multiplicidade de facetas que podem ser aplicadas a esta palavra, contudo uma delas é unânime: a referência ao poder político, à esfera institucional (MAAR, 1994)

Os partidos políticos têm seus vieses em relação à sociedade e seus interesses, mas também nas disputas pelos governos, e, conseqüentemente, pelo poder (MAAR, 1994).

Nas sociedades democráticas, os partidos políticos são entendidos como instituições centrais da vida política. São mediadores insubstituíveis das relações que são estabelecidas entre cidadãos e estado (BERTANI, 2005). O conceito clássico de partidos políticos vem de Max Weber:

Uma associação que visa a um fim deliberado, seja ele 'objetivo', como a realização de um plano com intuítos materiais ou ideais, seja 'pessoal' isto é, destinado a obter benefícios, poder e, conseqüentemente, glória para os chefes e sequazes, ou então voltado para todos esses objetivos conjuntamente. (apud BOBBIO et all, 1998, p. 908).

Assim, entende-se o caráter associativo do partido. As suas ações estão essencialmente norteadas à conquista do poder político em uma sociedade. Há grande quantidade de estímulos e motivações que orientam a ação política associada e que levam à realização de fins "objetivos" e/ou "pessoais", como propõe Bobbio:

O partido compreende formações sociais assaz diversas, desde os grupos unidos por vínculos pessoais e particularistas às organizações complexas de estilo burocrático e impessoal, cuja característica comum é a de se moverem na esfera do poder político. (BOBBIO, 1998, p. 909).

Para deixar essa definição mais palpável destaca-se que as associações que podem ser consideradas como partidos nascem no momento em que o sistema político alcança uma certa autonomia em sua estrutura interna. A divisão de trabalho que por um lado permite um processo de escolhas políticas com a participação de várias partes do sistema, por outro, inclui os representantes dos indivíduos aos quais as decisões se referem.

Daí que, na noção de partido, entrem todas as organizações da sociedade civil surgidas no momento em que se reconheça teórica ou praticamente ao povo o direito de participar na gestão do poder político. É com este fim que ele se associa, cria instrumentos de organização e atua. (BOBBIO, 1998, p. 909).

A comunicação é essencial para a política e assim também para as organizações partidárias. Uma das ferramentas para a divulgação das ideias e planos de governo partidários é a propaganda política.

3.2 Propaganda Política Eleitoral e Partidária

Propaganda tem sua origem no latim *propagare*, que significa propagar, tornar público, difundir. Quando veiculada em conjunto com uma ideologia política, pode-se dizer que a propaganda é política (PAVIM, 2014). Assim, a propaganda política é um recurso destinado aos candidatos, partidos ou coligações com o objetivo de disseminar ideias, conquistar simpatizantes e, por consequência, conquistar votos.

Domenach (1963) afirma que fundamentalmente a qualidade principal da propaganda é a conservação do tema. Composto por uma apresentação variada o tema permanece em voga. O autor denomina *Lei de Orquestração* a arte de reproduzir um tema já conhecido repetidamente alterando a forma de dizer, assim a repetição não leva ao tédio. Orquestrar o conteúdo na medida certa para determinados públicos, buscando-se sempre impressionar e persuadir.

A propaganda visa persuadir e para tanto utiliza-se elementos lógicos ou emocionais como técnicas de convencimento e sedução. Ferraz (2008, p. 62) afirma que “na política, não se deve esquecer, o coração é sempre mais forte do que a razão”. Um partido deve estabelecer, em todos os pontos de contato com o público eleitor reforçando que preocupa-se com o problema apresentado e possuir propostas para a sua solução:

A propaganda age, assim, resumindo ideias, em expressões ambíguas dos tipos mencionados. Consegue-se, com isso, que cada um dos que ouvem a mensagem concorde com ela, por acreditar que diga respeito a si e a seus interesses e necessidades e acabe apoiando (GARCIA, 1999, p. 25).

Em relação à propaganda política na TV, Albuquerque e Dias (2002, p.309) destacam que “Meios de comunicação e partidos não são instituições que se sucedem no tempo; elas coexistem e estabelecem relações entre si”.

A utilização dos meios de comunicação como recurso político pode, de fato, servir como um elemento de fortalecimento, e não de enfraquecimento dos partidos políticos. “Acreditamos que seja este o caso do modelo brasileiro de propaganda política na televisão.” (Albuquerque e Dias, 2002 p. 310). Apesar de o objetivo deste estudo não seja analisar de campanhas eleitorais, é importante destaca-las no processo pelo qual o eleitor é submetido através dos programas de propaganda política veiculados na televisão aberta no Brasil. Weber , Luz e Barrera nos auxiliam nesta compreensão:

A campanha eleitoral é dirigida ao eleitor e lhe oferece, principalmente, um programa de televisão requintado para atrair sua atenção, em meio a dezenas de outros apelos de informação, entretenimento e propaganda da tela. Propõe um projeto político defendido por um candidato que deve suscitar sua admiração originada no discurso, na aparência. Esta admiração inicia um processo de fidelização capaz de convencer este eleitor de que o projeto que lhe é apresentado pode ser executado pela competência e qualidades daquele candidato. Convencido, o eleitor passa a defender projeto e buscar votos. Por último, seu voto marca a última ação do processo (WEBER; LUZ; BARRERAS, 2015, p. 7).

A propaganda política visa conquistar o cidadão (nas democracias). Independente de este ser eleitor ou não (algumas pessoas podem estar impedidas de votar, conforme a legislação brasileira). Tratando-se especificamente sobre a propaganda política na TV, espaço intrincado, já que se difere do espaço comercial de bens ou serviços de consumo. Isso ocorre por questões distintas: primeiro pela ausência de um público alvo (*target*) específico e, segundo , pela diferença de tempo de um partido em relação a outro, não recebendo a mesma visibilidade e tratamento técnico que as agência de publicidade podem dispor aos seus clientes comerciais.

No Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), por exemplo, todos os tipos de público estão reunidos em frente à televisão, ou escutando ao rádio, todavia, o *target* é o cidadão eleitor ou seja, estariam excluídos crianças, analfabetos e outros públicos. (GOMES, 2013).

A propaganda política eleitoral é aquela voltada à população em geral com o intuito de propagar o nome e a candidatura de determinado postulante ao pleito. Tem a finalidade específica de convencer o eleitor de que este ou aquele candidato seria o melhor para ocupar o cargo em disputa (PAVIM, 2014).

O Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) é o tempo destinado na televisão para a veiculação das campanhas eleitorais. Ele é exibido, no período eleitoral, simultaneamente em todas as emissoras de TV aberta do país (GOMES, 2013). Como veremos a seguir, a Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015 modificou o período da propaganda eleitoral que passou a ocorrer nos 35 dias anteriores à antevéspera das eleições.

Instituído pelo Código Eleitoral em 1965, os horários eleitorais são veiculados em dois períodos na televisão: um das 13h às 13h50min e das 20h30min às 21h20min.

No Brasil, o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, possui relevância fundamental no sistema político, tendo em vista o seu impacto midiático e é um diferencial perante os demais modelos políticos democráticos no planeta. (PANKE E MACEDO, 2013). A cada nova eleição são formuladas novas regras para a campanha, e, assim o formato do HGPE também recebe modificações, de acordo com as demandas estruturais e comportamentais da sociedade brasileira.

Segundo a Lei nº 9.096/95 a propaganda política partidária: Tem por finalidade a divulgação dos ideais, programas e propostas dos partidos políticos. Feita de forma genérica não menciona nomes de pretensos candidatos, tampouco é vinculada a um pleito eleitoral específico. Veiculada exclusivamente em período não eleitoral tem o objetivo de angariar novos simpatizantes e filiados aos partidos. A seguir transcrevemos trechos do Art. 45 da referida lei:

- I - difundir os programas partidários;
- II - transmitir mensagens aos filiados sobre a execução do programa partidário, dos eventos com este relacionados e das atividades congressuais do partido;
- III - divulgar a posição do partido em relação a temas político-comunitário.
- IV - promover e difundir a participação política feminina, dedicando às mulheres o tempo que será fixado pelo órgão nacional de direção partidária, observado o mínimo de 10% (dez por cento). (Lei nº 9.096/95)

Esta modalidade de propaganda é transmitida por meio das emissoras de rádio e televisão e pode ser dividida em dois tipos: Inserções e Programas em Blocos.

As inserções são spots de 30 segundos ou 1 minuto, nos dois semestres dos anos não eleitorais e, tendo em vista a limitação contida no § 2º do art. 36 da Lei nº 9.504/1997, apenas no primeiro semestre dos anos em que são realizadas eleições

(PAVIM. 2014). São atribuídas aos partidos de acordo com número de deputados eleitos no Congresso Nacional: dez minutos, para os partidos que tenham eleito até nove Deputados Federais e vinte minutos, para os partidos que tenham eleito dez ou mais deputados federais.

É importante destacar ainda que as inserções são veiculadas durante o intervalo da programação das emissoras e, de acordo com o Art. 46, parágrafo sétimo da Lei 9096/95, “Em cada rede somente serão autorizadas até dez inserções de trinta segundos ou cinco de um minuto por dia”.

Os Programas em Bloco, objeto de estudo desta monografia, são veiculados na televisão em programas de 5 a 10 minutos, transmitidos entre as vinte horas e trinta minutos e as vinte horas e quarenta minutos nas terças-feiras e quintas-feiras, de acordo o calendário anual divulgado pelo TSE.

A Lei nº 9.096/95 orienta ainda sobre o tempo de veiculação disponibilizado a cada partido, de acordo com o número de cadeiras ocupadas na Câmara Federal:

Art. 49. Os partidos com pelo menos um representante em qualquer das Casas do Congresso Nacional têm assegurados os seguintes direitos relacionados à propaganda partidária:

I – a realização de um programa a cada semestre, em cadeia nacional, com duração de:

- a) cinco minutos cada, para os partidos que tenham eleito até quatro Deputados Federais;
- b) dez minutos cada, para os partidos que tenham eleito cinco ou mais Deputados Federais. (Lei nº 9.096/95)

Cabe salientar, que o tempo concedido por nesta modalidade de propaganda política gratuita na televisão, é destinado, conforme a legislação brasileira, aos partidos e não aos candidatos. Tendo em vista a importância da televisão nas campanhas eleitorais, este pode ser um fator que estimule a disciplina partidária (Albuquerque e Dias, 2002).

Para evidenciar os diferentes tipos de propaganda política e deixar claro o espaço ocupado pelos programas em bloco foi elaborado o esquema abaixo:

Figura 12 – Tipos de Propaganda Política



Fonte: Elaborado pela autora.

Para compreender melhor a propaganda política veiculada na televisão a seguir faremos um breve resgate histórico sobre este veículo de comunicação.

3.3 Breve histórico sobre a Propaganda Política na Televisão

A publicidade e propaganda estiveram presentes desde os primórdios da chegada da televisão no Brasil. É importante salientar que o apoio financeiro de empresas nacionais foi essencial para que, como identificou Assis Chateaubriant, “a mais subversiva máquina de influir a opinião pública”¹⁸, pudesse chegar às terras brasileiras. Devido aos altos custos para a implantação do veículo no Brasil, foi graças à venda de um ano de espaço publicitário às empresas Wolff, Sul América, Moinho Santista e Guaraná Champagne da Antártica, que a TV Tupi Difusora foi inaugurada em 18 de setembro de 1950 (BARBOSA, 2010).

¹⁸ Discurso de Assis Chateaubriant na inauguração da TV Tupi Difusora (BARBOSA, 2010)

Os anúncios estiveram presentes desde o início da televisão e sua participação foi e ainda é importante, pois é a receita dos anunciantes que sustentam os veículos de comunicação com fins comerciais. No caso da propaganda política, ela é transmitida de forma gratuita pelas emissoras, conforme prevê a legislação.

Mesmo com toda a evolução tecnológica e massificação da Internet, A televisão continua sendo o meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros. Conforme a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 (PBM 2016), 89% dos brasileiros assistem TV regularmente e 77% a veem todos os dias.

Cabe salientar que as imagens veiculadas na televisão auxiliam no desenvolvimento de um parâmetro indentitário, ou como propõe Marialva Barbosa, esse veículo tem influência na construção de um imaginário coletivo (Barbosa, 2010).

A obrigatoriedade da propaganda eleitoral gratuita, no Brasil, habita no entendimento de que tanto o rádio quanto a televisão são veículos de comunicação insubstituíveis, no que tange à irradiação, abrangência e popularidade (MOTA E SOUZA, 2013). Especialmente na televisão, onde é possível associar o som e a imagem em movimento como elementos que dão suporte à construção de uma realidade que exerce fascínio sobre o receptor, esse poder persuasivo se torna mais evidente (WEBER, 2000).

No Brasil a concessão de horário gratuito para a propaganda política na televisão foi em 1962, mas não foi grande o impacto eleitoral inicial visto o pouco desenvolvimento desse meio de comunicação até então. Além disso, com a instalação da Ditadura Militar, em 1964, foi somente a partir de 1985 que a propaganda política na televisão passou a ser realidade política proeminente.

Albuquerque e Diaz (2002, p. 326) afirmam que *“O modelo brasileiro de propaganda política na televisão possui características únicas: ele combina como nenhum outro eficácia comunicativa com a gratuidade do acesso à televisão.”* Mesmo que a propaganda política na televisão não consiga equalizar a balança competitiva intra-partidária que o modelo eleitoral brasileiro incita, ela atua como forma de subordinar as estratégias individuais dos candidatos a estratégias coletivas dos partidos (Albuquerque e Diaz, 2002).

A propaganda política não pode ser veiculada de forma deliberada, necessita seguir regras. Importa então conhecer a legislação e os tipos de propaganda política que podem ser veiculados na televisão.

3.4 Legislação Eleitoral

A democracia brasileira da atualidade baseia-se no “modelo clássico de exercício do poder político com escolha periódica de representantes e dirigentes pelo voto direto, processo precedido de campanhas disputadas pelos diversos candidatos que informam e propagam as suas propostas” (MACHADO, 2014 p. 2).

No Brasil, este tipo específico de propaganda tem suas diversas formas regulamentadas e obedecem a legislação eleitoral, cujo objetivo primordial é impedir o abuso dos poderes econômico e político e preservar a igualdade entre os candidatos.

O Código Eleitoral Brasileiro foi criado em 1965, através da Lei nº 4.737 de 15 de julho de 1965, sob o comando do Regime Militar. Ao longo dos anos foi sendo aperfeiçoado e a cada novo pleito foi recebendo alterações que passaram a nortear a disputa eleitoral.

Importa destacar o conjunto de leis que regem o Processo Eleitoral:

- O Código Eleitoral, Lei 4.737, de 15 de julho de 1965 que institui o Código Eleitoral,
- Lei das Eleições, Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece as normas para as eleições;
- Lei dos Partidos Políticos, a Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995, que Dispõe sobre partidos políticos, regulamenta os arts. 17 e 14, § 3º, inciso V, da Constituição Federal;
- Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015, que altera Leis nºs 9.504, de 30 de setembro de 1997, 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 - Código Eleitoral, para reduzir os custos das campanhas eleitorais, simplificar a administração dos Partidos Políticos e incentivar a participação feminina.

Esta última passou a regular de forma mais rígida o que pode ou não ser feito em uma campanha, inclusive no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) com período e horários específicos para serem veiculados no rádio e na TV. Durante os 35 dias anteriores à antevéspera das eleições as emissoras devem reservar espaço na sua programação para veiculação da propaganda eleitoral.

De acordo com Albuquerque e Dias (2002), o eleitor brasileiro, tradicionalmente, pouco vota em partidos (votos para a legenda). O eleitor dá preferência a alternativa da votação nominal, ou seja, escolher dentro dos partidos os candidatos que acreditam serem capazes de representar os seus interesses.

Vale salientar que as candidaturas nas campanhas eleitorais são fundamentalmente individualistas, pois valorizam na grande maioria das vezes, o perfil do candidato e desconsidera a estrutura coletiva partidária. Sendo assim, este é mais um motivo para analisar os programas em bloco, visto que, ele não conta com todo o aparato de campanha eleitoral, já que, é um instrumento dos partidos e não dos candidatos a cargos eletivos.

Faz-se necessário indicar ainda as alterações na legislação eleitoral que orientarão o as eleições majoritárias de 2018. Foram aprovadas pelo Congresso e sancionadas pelo Presidente da República duas leis que nortearão o próximo pleito: A Lei n° 13.487, de 6 de outubro de 2017 que altera as Leis nos 9.504, de 30 de setembro de 1997, e 9.096, de 19 de setembro de 1995, para instituir o Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) e extinguir a propaganda partidária no rádio e na televisão; e a Lei n° 13.488 de 6 de outubro de 2017 que altera as Leis nos 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 (Código Eleitoral), e revoga dispositivos da Lei no 13.165, de 29 de setembro de 2015 (Minirreforma Eleitoral de 2015), com o fim de promover reforma no ordenamento político-eleitoral.

Dentre outras medidas, as leis regulam os gastos das campanhas, formas de arrecadação e financiamento, registro de candidatura, veiculação da propaganda eleitoral no segundo turno e distribuição do fundo eleitoral.

Para veiculação da propaganda política (eleitoral e partidária) as emissoras de rádio e TV recebem ressarcimento fiscal (Decreto Federal 7.791/2012) durante o período em que são transmitidas, ou seja, as emissoras de rádio e TV ressarcem uma fração dos valores que deixam de receber por não veicularem comerciais,

quando cedem espaço na programação aos partidos políticos¹⁹. Com a alteração advinda da Lei n° 13.487, que extingue a propaganda partidária, o governo passa a destinar os valores que seriam usados para ressarcir as emissoras para os partidos políticos através do FEFC.

O jurista Douglas Barreto²⁰ indica que o fim da propaganda partidária gratuita nas emissoras de rádio e TV é inconstitucional. Barreto afirma que a existência da propaganda tem o objetivo de consolidar “o ideal de Estado Democrático de Direito delineado pela Constituição de 1988”. O Pluralismo político instituído pela Constituição se dá através do debate e da participação consciente dos cidadãos, que por sua vez só pode acontecer fundamentalmente através da disseminação da informação, que por sua vez é proporcionada pela propaganda.

Cabe salientar que com as alterações sobre o período da campanha política que diminuiu de 90 para 45 dias, e a propaganda eleitoral com 35 dias, a veiculação da propaganda partidária se torna ainda mais importante na manutenção do debate político. Barreto (2017) destaca ainda que o caráter gratuito da propaganda política visa afastar “influência do poder econômico do jogo democrático”.

Desta forma, entende-se que ambas as formas de propaganda política gratuita são indispensáveis para a efetivação do modelo democrático brasileiro e há muito a ser estudado sobre esses formatos.

Após levantamento bibliográfico sobre a Mulher na política e breve revisão de conceitos de propaganda política e da legislação é possível dar início a análise do objeto de estudo desta monografia.

¹⁹Senado aprova fim da propaganda partidária gratuita no rádio e na TV. Disponível em: <<http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/25913-senado-aprova-fim-da-propaganda-partidaria-gratuita-no-radio-e-na-tv>> Acesso em: 21/12/2017.

²⁰ É inconstitucional o fim da propaganda partidária gratuita no rádio e na TV. Disponível em: <https://barretogpi.jusbrasil.com.br/noticias/521583325/e-inconstitucional-o-fim-da-propaganda-partidaria-gratuita-no-radio-e-na-tv?ref=topic_feed> Acesso em: 21/12/2017.

4 A MULHER NA POLÍTICA

A proposta desta pesquisa é compreender a representação da Mulher na propaganda política partidária, em especial nos programas em bloco veiculados na televisão aberta em março/abril 2017. Estes programas não foram ao ar em período eleitoral e também não foram voltados a promover uma candidatura, mas levam a mensagem dos partidos.

Por isso, entende-se que a forma como a Mulher está apresentada nas peças reflete as convicções dos partidos, mais conservadoras ou de vanguarda. A partir dos programas escolhidos, também será possível inferir sobre os espaços que são relegados internamente nos partidos para a Mulher e, por consequência, transparecem nas propostas eleitorais e práticas de governança.

4.1 Metodologia de Análise dos Programas em Bloco

Para a análise dos programas em bloco foram escolhidos dois partidos: PMDB e PT. A escolha deu-se por serem os dois maiores partidos do Brasil. De acordo com o TSE²¹ o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) possui o maior número de filiados no país: 2.306.056. O Partido dos Trabalhadores (PT) está em segundo lugar com 1.549.608 filiados. Outro aspecto para a escolha desses partidos é que ambos eram coligados quando a ex-presidenta Dilma Rousseff foi eleita. São, respectivamente, o atual e o último partido a governar a República Federativa do Brasil, apesar de estarem seguindo caminhos opostos na política nacional.

Tendo escolhido os partidos PMDB e PT para serem estudados, fez-se necessário delimitar o objeto, para que se pudesse fazer uma análise detalhada dentro do prazo de realização desta monografia. Assim, foram escolhidos dois programas em bloco, um do PMDB e outro do PT, veiculados na TV aberta no primeiro semestre de 2017, importa destacar que 2017 não é eleitoral e está entre as eleições municipais (2016) e pré-eleições federais/estaduais (2018).

Conforme o calendário divulgado pelo Tribunal Superior Eleitoral, TSE, o PMDB teve seu programa veiculado no dia 30 de março, quinta-feira, e o PT

²¹TSE disponibiliza dados sobre filiados a partidos políticos no Brasil. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2016/Maio/tse-disponibiliza-dados-sobre-filiados-a-partidos-politicos-no-brasil>> Acesso em: 21/12/2017.

apresentou o seu no dia 11 de abril, terça-feira. Ambos foram ao ar das 20h30min às 20h40min na televisão aberta, conforme prevê a legislação.

Para a análise, inicia-se com a leitura detalhada dos programas como propõe a Análise de Conteúdo. Esta metodologia de análise textual foi desenvolvida nas Ciências Sociais e descrita por Martin W. Bauer e George Gaskell (2002). Quando utilizado para “avaliar o que é veiculado na mídia permite a criação de categorias, tipologias, pontos em comum e distintos, estabelecendo relações entre o caráter qualitativo e das reincidentes categorias” (RODRIGUES, 2008 p. 143). Através desta metodologia também é possível analisar o que é dito, e aqui opta-se por dar destaque ao que é dito ou o que é permitido ser dito pela Mulher nos programas apresentados pelos partidos.

Para a leitura dos programas foi realizada a decupagem de cada um deles contendo um fichamento com identificação contendo: título, data em que foi ao ar e a agência produtora (Apêndices 1 e 2)

Logo após a identificação é inserida a descrição do programa em bloco com uma breve sinopse do roteiro audiovisual. Segue um quadro formado por duas colunas na qual será feita a separação do conteúdo. Na coluna da direita (áudio) estão descritos todos os sons e na coluna da esquerda (vídeo) o que está sendo visto de forma que possibilite a compreensão do que está sendo analisado. A descrição inclui além do enquadramento, a ação na cena, diálogos, locuções em off e trilha sonora. As cenas que são ações, possuem a mesma continuidade espacial e temporal, foram divididas nos quadros por linhas. Todo o material obtido com a decupagem pode ser visto nos apêndices desta monografia. Os vídeos foram disponibilizados pelos partidos em suas respectivas páginas do YouTube²².

Antes de iniciar a descrição dos programas do PMDB e do PT e destacar as categorias de análise, faz-se necessário revisitar e contextualizar a história desses dois partidos para entender o que são na atual conjuntura nacional.

²²Canal oficial do PMDB no YouTube. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/channel/UCJTRFbdA8wPikctRBPfihGQ/featured>> Acesso em: 21/12/2017.

Canal oficial do PT no YouTube.. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/TVPTBrasil>> Acesso em: 21/12/2017.

4.2 Partido Movimento Democrático Brasileiro

O Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) é, como já mencionado, o maior partido político brasileiro em número de filiados. É o partido com o maior número de prefeitos e vereadores eleitos. Nas eleições de 2016 foram 1.026 prefeitos e 7.551 vereadores eleitos. O PMDB também tem a maior representação no Congresso Nacional, onde ocupa 84 cadeiras, sendo 66 na Câmara Federal e 18 no Senado²³.

Cabe salientar que desde 2007 é o partido que preside o Senado Federal com Garibaldi Alves Filho (2007-2009), José Sarney (2009-2013), Renan Calheiros (2013-2017) e Eunício Oliveira (2017-atual) ocupando consecutivamente o cargo maior da casa parlamentar. A Câmara dos Deputados também foi liderada pelo partido entre 2013 e 2016 com Henrique Eduardo Alves (2013-2014) e Eduardo Cunha (2014-2016) no cargo de presidente.

O código eleitoral do PMDB é o 15, a sigla foi fundada em 1980, porém sua história começa ainda durante a Ditadura Militar com o MDB, fundado em 24 de março de 1966, após o Ato Institucional N°2²⁴. Com a instauração do bipartidarismo no país, artifício para que o Regime Militar não se configurasse em uma Ditadura, e baseado no modelo político americano, surge o Movimento Democrático Brasileiro (MDB) que se opunha à Arena, partido governista.

A sigla recebeu o atual nome (PMDB) em 1979 com o fim do bipartidarismo, e foi oficialmente registrada em 30 de junho de 1981, conforme consta no site do TSE²⁵. De acordo com o cientista político e pesquisador da USP, Rafael Moreira "O PMDB surge em 1979 com uma composição muito de centro-esquerda. Só que vai se transformando ao longo dos anos"²⁶: desde a década de 1980, integrantes do partido, com perfis ligados à esquerda, saem para dar início a outras agremiações caso do PCB, PCdoB e PSB, os mais progressistas fundaram o PSDB e alguns antigos integrantes da Arena se uniram ao PMDB.

²³Eleições 2016: PMDB foi o partido que mais elegeu prefeitos e vereadores. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2016/Octubro/eleicoes-2016-pmdb-foi-o-partido-que-mais-elegeu-prefeitos-e-vereadores>> Acesso em: 21/12/2017.

²⁴ATO INSTITUCIONAL N° 2, DE 27 DE OUTUBRO DE 1965. Mantem a Constituição Federal de 1946, as Constituições Estaduais e respectivas Emendas, com as alterações introduzidas pelo Poder Constituinte originário da Revolução de 31.03.1964, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ait/ait-02-65.htm> Acesso em: 21/12/2017.

²⁵Partidos políticos registrados no TSE. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/partidos/partidos-politicos/registrados-no-tse>> Acesso em: 21/12/2017.

²⁶De criação na ditadura até rompimento com governo: o PMDB em 10 capítulos. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/03/160330_pmdb_historia_ms_ss> Acesso em: 21/12/2017.

Com as eleições indiretas de 1985, o PMDB chega à presidência da República pela primeira vez com Tancredo Neves. Porém, ele faleceu antes de assumir o cargo e seu vice foi empossado: José Sarney, que havia se filiado ao partido havia pouco tempo. Anteriormente, Sarney liderou o PDS e a Arena.

Em 1989, nas primeiras eleições diretas após a redemocratização, o partido lançou Ulysses Guimarães, opositor do Regime Militar, incentivador das *Diretas Já* e líder da Constituição de 1988 como presidente da Assembleia Constituinte. Contudo, ele obteve apenas 4,6% dos votos válidos, figurando em sétimo lugar. Nesta mesma eleição, Fernando Collor de Mello foi o vencedor.

Com a renúncia de Collor, em 1992, após sofrer processo de Impeachment, quem assumiu o cargo de Presidente da República foi seu vice Itamar Franco, filiado ao PMDB desde maio daquele ano. Anteriormente, Franco pertenceu ao PRN (Partido da Reconstrução Nacional), o mesmo partido de Collor.

Em 1994, o PMDB lançou Orestes Quécia para o cargo de Presidente da República, porém, mais uma vez o partido saiu derrotado em primeiro turno com apenas 4,4% dos votos válidos²⁷, marcando a quarta posição na corrida presidencial.

Foi somente em 2002 que o PMDB voltou a concorrer à chapa majoritária com Rita Camata como vice de José Serra (PSDB). Contudo, a chapa foi derrotada por Lula (PT) no segundo turno.

As derrotas fizeram com que o PMDB assumisse outra estratégia para permanecer influente e com poder. Ao eleger grandes bancadas para o Congresso, o apoio da sigla ao Palácio do Planalto torna-se fundamental para a governabilidade, independente do partido que esteja na Presidência da Nação. "Isso faz com que o ato de governar sem o PMDB se torne muito difícil", afirma Moreira (2016)²⁸.

Em 2010, o partido aproxima-se mais do poder executivo federal. Com a eleição de Dilma Rousseff (PT), a primeira Presidenta da República, Michel Temer (filiação e ex-presidente do PMDB), assume como vice. Em 2014 a chapa Dilma Rousseff (PT) / Michel Temer (PMDB) foi reeleita. Com o processo de Impeachment sofrido por Dilma, Temer assume provisoriamente e depois de forma definitiva a Presidência da República em 2016 e torna-se o 37º Presidente do Brasil.

²⁷Sem sucesso nas urnas desde 1990, Quécia mantém controle do PMDB. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1612200504.htm> > Acesso em: 21/12/2017.

²⁸De criação na ditadura até rompimento com governo: o PMDB em 10 capítulos. Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/03/160330_pmdb_historia_ms_ss > Acesso em: 21/12/2017.

Assim, mesmo sem vencer diretamente nenhuma eleição para o cargo de Presidente da República em mais de 50 anos de existência²⁹, o PMDB assumiu pela terceira vez o cargo máximo da República brasileira.

Atualmente, o partido é presidido por Romero Jucá.

4.2.1 *Apenas Homens*

Assim que foi notificado pelo Senado sobre a aprovação da abertura do processo de Impeachment contra Dilma, em 12 de maio de 2016, Temer anunciou³⁰ os ministros do novo governo. Apenas Homens no alto escalão, como se pode observar na lista que segue (G1, 12/05/2016):

Ministério da Fazenda: Henrique Meirelles

Ministério do Planejamento: Romero Jucá

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio: Marcos Pereira

Ministério das Relações Exteriores (inclui comércio exterior): José Serra

Ministério da Casa Civil: Eliseu Padilha

Secretaria de Governo: Geddel Vieira Lima

Secretaria de Segurança Institucional (inclui Abin): Sérgio Etchegoyen

Ministério da Educação e Cultura: Mendonça Filho

Ministério da Saúde: Ricardo Barros

Ministério da Justiça e Cidadania: Alexandre de Moraes

Ministério da Agricultura: Blairo Maggi

Ministério do Trabalho: Ronaldo Nogueira

Ministério do Desenvolvimento Social e Agrário: Osmar Terra

Ministério do Meio ambiente: Sarney Filho

Ministério das Cidades: Bruno Araújo

Ministério da Ciência e Tecnologia e Comunicações: Gilberto Kassab

Ministério dos Transportes: Maurício Quintella

Advocacia-Geral da União: Fabio Medina

²⁹Considerando a soma do período de existência do MDB.

³⁰Temer é notificado, assume a Presidência e anuncia ministros. Disponível em:

<<http://g1.globo.com/politica/processo-de-impeachment-de-dilma/noticia/2016/05/presidente-em-exercicio-michel-temer-anuncia-ministerio-do-novo-governo.html>> Acesso em: 21/12/2017.

Ministério da Fiscalização, Transparência e Controle (ex-CGU): Fabiano Augusto Martins Silveira

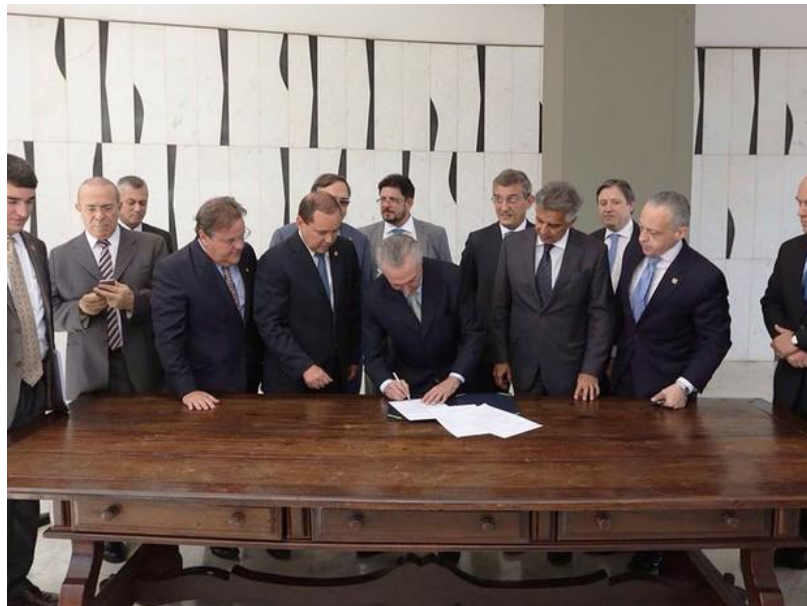
Ministério da Defesa: Raul Jungmann

Ministério do Turismo: Henrique Alves

Ministério do Esporte: Leonardo Picciani

Após uma onda de manifestações e uma série de escândalos envolvendo políticos dessa lista a relação foi alterada mais de uma vez e esta não é a configuração atual. Porém, é bastante significativo que após o governo da primeira Mulher na presidência da república, o governo seguinte (embora fazendo parte da mesma chapa) seja formado majoritariamente por homens. Como se pode ver na figura 8 da página 31, que contrasta com a assessoria de Dilma.

Figura 13: Michel Temer assume provisoriamente.



Fonte: Michel Temer assina notificação de posse como presidente encaminhada pelo Senado. (Foto: Twitter Oficial/Michel Temer) Disponível em: <<https://twitter.com/micheltemer>> Acesso em 21/12/2017.

4.2.2 *Bela Recatada e do Lar*

O governo de Homens montado por Temer parece reservar outro lugar para a Mulher. Começando pela esposa do próprio Temer, retratada pela revista Veja. Causou grande repercussão nas redes sociais a publicação de uma matéria

(18/04/2016) sobre a então vice primeira-dama, Marcela Temer pela revista *Veja*³¹. O título “Marcela Temer: Bela Recatada e do Lar”.

O texto do perfil publicado pela revista tecia elogios ao fato de Marcela ser discreta, falar pouco e usar saias na altura do joelho. A diferença de idade entre o então vice-presidente e a esposa também foi bastante evidenciada. A descrição de um encontro romântico e a possibilidade de terem mais um filho, além de Michel ter sido o primeiro namorado de Marcela sugerem um perfil masculino e viril à Temer.

Djamila Ribeiro afirma na Revista Carta Capital no artigo *Bela, recatada e do lar: matéria da 'Veja' é tão 1792*³², ficou evidente a tentativa de usar a imagem de Marcela Temer (figura feminina ligada ao PMDB) como oposição a de Dilma Rousseff (figura feminina ligada ao PT) . A mensagem de que Mulher boa é aquela que é esposa, a primeira dama, a “que está por trás de um grande homem” fica nas entrelinhas. “A matéria de *Veja* confirma isso ao enaltecer Marcela Temer como a Mulher que todas deveriam ser, à sombra, nunca à frente.” (RIBEIRO, 2016).

Como já mencionado, a matéria repercutiu nas redes sociais e gerou uma campanha virtual lançada por feministas logo após ir ao ar. Junto com a *hashtag* *bela, recata e do lar*, Mulheres de todo o país postaram fotos em situações que a sociedade não aprova para uma Mulher. “Há fotos com Mulheres bebendo, no bar, trabalhando, com roupas curtas, com o objetivo de mostrar que lugar de Mulher deveria ser onde ela escolhe estar” (RIBEIRO, 2016).

4.3 Partido dos Trabalhadores

O Partido dos Trabalhadores (PT) é o segundo maior partido político brasileiro em número de filiados, são 1.549.608 de pessoas. Possui a segunda maior representação no Congresso Nacional, ocupando 82 cadeiras, sendo 70 na Câmara dos Deputados e 12 no Senado.

Nas eleições municipais de 2016 elegeu apenas 256 prefeitos. O número se comparado ao das eleições de 2012 representa uma queda de 60% no número de eleitos, visto que em 2012 o PT teve 638 candidatos eleitos³³. A redução no número

³¹ Marcela Temer: bela, recatada e “do lar”. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>> Acesso em: 21/12/2017.

³² Bela, recatada e do lar: matéria da 'Veja' é tão 1792. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/politica/bela-recatada-e-do-lar-materia-da-veja-e-tao-1792>> Acesso em: 21/12/2017.

³³ O declínio do PT. Disponível em: <https://www.uol/eleicoes/especiais/raio-x-2016-1-turno-pt.htm#o-declinio-do-pt>> Acesso em: 21/12/2017.

de vereadores foi menor, porém, ainda significativa. Foram 2.795 vereadores eleitos em 2016 contra 5.067 em 2012, o que representa uma queda de 44,8%³⁴.

Em contraponto, Eduino Suplicy foi o vereador mais votado do País com 301.446 votos válidos na cidade de São Paulo.

O partido foi fundado em 1980 e, oficialmente, registrado pelo TSE em 11 de fevereiro de 1982. Seu código eleitoral é o 13. Formado por grupos oriundos de diversas áreas, o PT tem a base bastante heterogênea com sindicalistas, intelectuais, artistas, católicos e militantes que se opunham a Ditadura Militar³⁵.

O PT resulta da aproximação entre os movimentos sindicais da região do ABC Paulista³⁶, que entre 1978 e 1980 organizaram greves em busca de melhores salários e antigos militantes da esquerda, incluindo ex-presos políticos e exilados que tiveram seus direitos restaurados pela lei da anistia.

Após o Golpe Militar em 1964, o Comando Geral dos Trabalhadores (CGT), federação de trabalhadores que reunia dirigentes sindicais orientados pelo Ministério do Trabalho desde o governo de Getúlio Vargas, foi dissolvido. Os sindicatos então passaram a sofrer interferência do Regime Militar.

No final da década de 1970, surge um movimento organizado de trabalhadores que ganhou notoriedade pelas greves. Com a liderança de Luiz Inácio Lula da Silva as greves impulsionaram a reorganização de um novo movimento sindical, com independência do Estado. Foi criada a Conferência das Classes Trabalhadoras (CONCLAT), que foi o primeiro passo para a formação da Central Única dos Trabalhadores (CUT)³⁷.

Inicialmente, o movimento não possuía ambições políticas partidárias. Dedicava-se exclusivamente à questão sindical. Porém, em busca de uma identidade própria e que abrangesse as demandas dos trabalhadores e intelectuais de esquerda, o PT surgiu como agremiação política-partidária.

Lula participou das eleições presidenciais pela primeira vez em 1989 ano em que disputou o segundo turno com Fernando Collor de Melo. Em 1994 também recebeu votos suficientes para disputar o segundo turno contra Fernando Henrique

³⁴PMDB encolhe, PT perde quase metade e PSDB cresce nas câmaras. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2016/blog/eleicao-2016-em-numeros/post/pmdb-encolhe-pt-perde-quase-metade-e-psdb-cresce-nas-camaras.html>> Acesso em: 21/12/2017.

³⁵ Site oficial PT. Disponível em: <http://www.pt.org.br/nossa-historia/> > Acesso em: 21/12/2017.

³⁶ ABC Paulista é uma região industrial do estado de São Paulo. A sigla tem origem nas cidades que originalmente formaram a região: Santo André (A), São Bernardo do Campo (B) e São Caetano do Sul (C).

³⁷ Site oficial da CUT. Disponível em: <https://cut.org.br/noticias/cut-inaugura-exposicao-sobre-a-1-conclat-fe21/> > Acesso em: 21/12/2017.

Cardoso. Em 1998 foi derrotado ainda no primeiro turno por Fernando Henrique Cardoso. Foi somente em 2002, quando disputou o segundo turno com José Serra, que Luiz Inácio Lula da Silva tornou-se o 35° Presidente do Brasil.

Em 2006, Lula confirmou a preferência popular no segundo turno contra Geraldo Alckmin. Foi sucedido por Dilma Rousseff, ex-ministra-chefe da Casa Civil durante o governo Lula, primeira Mulher a ocupar o cargo máximo do Executivo. Venceu as eleições de 2010 contra José Serra. Em 2014 foi reeleita, seu adversário foi Aécio Neves. Em 2016 foi destituída do cargo pelo Congresso Nacional.

O escândalo do Mensalão, em que integrantes do governo do PT foram acusados de compra de votos de parlamentares no Congresso para a aprovação de projetos entre 2005 e 2006, a Operação Lava Jato iniciada em 2014, somada à crise econômica e política que se instaurou no país após as eleições presidenciais, neste mesmo ano, vêm desgastando a imagem do PT, o resultado, além do impeachment, foi o encolhimento do partido nas eleições municipais. Desde junho de 2017 o PT é presidido por Gleisi Hoffmann, primeira Mulher a ocupar o cargo.

4.3.1 Participação de Homens e Mulheres

Diferente do que foi mostrado no caso do PMDB. O Partido dos Trabalhadores inclui homens e Mulheres no alto escalão. Tanto nos governos Lula quanto Dilma havia Mulheres ocupando cargos estratégicos do alto escalão. Inclusive, Dilma foi uma delas, quando foi Chefe da Casa-Civil durante a presidência de Lula.

Assim que assumiu a Presidência da República, em 2011, Dilma empossou nove ministras. Esse número foi alterado ao longo dos mandatos e, com a última reforma ministerial que ocorreu em outubro de 2015, restaram quatro Mulheres no primeiro escalão. São elas: Kátia Abreu, no Ministério da Agricultura, Nilma Lino Gomes, no Ministério das Mulheres, Igualdade Racial e Direitos Humanos, Tereza Campello, no Ministério do Desenvolvimento Social e Izabella Teixeira, no Ministério do Meio Ambiente.

A Ascensão à presidência do PT por Gleisi Hoffmann também é um indicativo de que no partido há alguma abertura para a participação feminina nos postos de comando.

4.3.2 *Dilma pós-Impeachment*

Após da cassação do mandato de Dilma Rousseff pela Câmara Federal e pelo Senado, ela manteve-se reclusa no cenário nacional, contrário do internacional. Aproveitando-se do fato de ser uma ex-presidenta, Dilma atrai a atenção de intelectuais e da imprensa internacional. Desde que deixou a presidência, em 2016, Dilma visitou nove países: Alemanha, Argentina, Cuba, Espanha, Estados Unidos, Itália, Portugal e Suíça. Nas viagens internacionais, a ex-presidenta denuncia o golpe e acusa o governo Temer de promover retrocessos sociais³⁸. Em encontros promovidos principalmente por universidades, Dilma fala sobre a situação da democracia no Brasil.

Porém, internamente no Partido dos Trabalhadores não há um consenso sobre a situação de Dilma. Galhardo (2017)³⁹ afirma que apesar de o discurso oficial partidário ser o de “martirização de Dilma” e ela encontre apoio na militância, há grupos internos que a consideram culpada pela atual situação do partido. De acordo com estes setores “a falta de controle de Dilma sobre a Polícia Federal – e não os casos de corrupção envolvendo integrantes da legenda – resultou na Lava Jato, no impeachment e na disseminação do sentimento antipetista” (GALHARDO, 2017).

4.4 Análises dos programas do PMDB e do PT

Após revisitar a história do PMDB e PT, a situação política nacional, iniciamos a análise dos programas em bloco veiculados na TV aberta em março/abril de 2017. Faz-se a descrição geral das peças audiovisuais e definição das categorias de análise para avaliar a parte empírica deste estudo.

O programa do PMDB tem como cenário o Palácio do Planalto em Brasília, e a apresentação de Fernanda Hamacek, creditada como apresentadora, e presente em todo o programa. No vídeo também conta com depoimentos de onze Mulheres do partido. São elas: Teresa Surita, prefeita da Boa Vista, Ericka Filippelli, Presidente do PMDB Mulher DF, Josi Nunes, Deputada Federal, Jéssica Sales, Deputada Federal, Rose Freitas, senadora, Fátima Pelaes, Secretária Especial de Políticas para Mulheres, Marta, Senadora, Eliane Sinhasque, Deputada Estadual –

³⁸ Exceto em Cuba, quando participou do funeral de Fidel Castro.

³⁹ Um ano após impeachment, PT não sabe o que fazer com Dilma. Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,um-ano-apos-impeachment-pt-nao-sabe-o-que-fazer-com-dilma,70001957829>> Acesso em: 21/12/2017.

Acre, Elcione Barbalho, Deputada Federal, Marinha Raupp, Deputada Federal e Soraya Santos, Deputada Federal. No programa há a participação de dois homens: Eunício Oliveira, Senador e Presidente do Senado e Romero Jucá, Presidente Nacional do PMDB. Michel Temer aparece algumas vezes, mas não fala.

As cores predominantes são frias, com branco, cinza e azul claro em destaque. As imagens aéreas mostram a grandiosidade do Palácio que conforme a apresentadora remete à transparência, clareza e luminosidade. O texto do roteiro se foca em passar confiança no governo Temer ao telespectador. Ao longo do vídeo onze Mulheres do PMDB, entre eleitas e ocupantes de cargos argumentam sobre a importância das reformas propostas pelo novo governo identificado por todas: “Presidente Temer, Governo Temer e Presidente Michel Temer”. Há também a participação de dois homens do partido, mas estes não usam as mesmas expressões das Mulheres. Foram nove os populares ouvidos, sendo cinco Mulheres e quatro homens.

Michel Temer aparece no vídeo três vezes, sempre sozinho no Palácio do Planalto. Durante a peça audiovisual o recurso de narração em off é utilizado com a fala de um homem que finaliza o programa com o slogan: “O presidente certo na hora certa”.

O Programa do PT passa-se em São Paulo e na Paraíba. É apresentado por Letícia Viola, que é creditada como estudante de Jornalismo. Na narrativa, Letícia é uma estudante que está produzindo um vídeo como trabalho de conclusão de curso, entrevista duas Mulheres: Daniela Neves, beneficiária do bolsa família e Quitéria Ferreira, agricultora. Ela entrevista ainda dois homens do partido: Lula, Presidente de Honra do PT e Rui Falcão, Presidente do PT (foi o presidente do partido até junho de 2017). O programa ainda conta com a participação de populares e dois narradores em off, um homem e uma Mulher.

As cenas apresentadas passam-se nas ruas e nas casas dos entrevistados. A cartela de cores é quente com amarelo, vermelho e marrom predominando. O mote do roteiro audiovisual são “escolhas” com foco nos programas sociais lançados nos governos do PT.

Além da apresentadora, há a participação de duas Mulheres com falas (outras Mulheres são creditadas, porém não possuem falas e são apresentadas em fotos) e um homem. Ao todo são cinco Mulheres mencionadas que não se manifestam. O nome de Lula é citado diretamente quatro vezes.

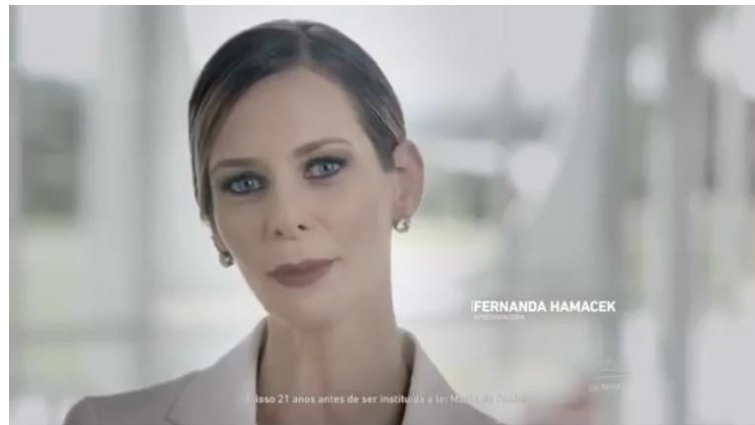
Há dois narradores em off, um homem e uma Mulher, que surgem para destacar as manchetes das notícias que são mostradas no vídeo. O programa apresentado pelo PT não tem slogan, encerra com o convite para participação de uma greve geral e o grito de guerra de uma Mulher durante uma manifestação: “Aposentadoria fica. Temer sai”.

As categorias eleitas para análise são: apresentadoras, protagonistas, cenários e temáticas nos dois programas em bloco. Estas categorias foram criadas após a decupagem dos programas em bloco e a identificação de aspectos comuns entre as duas peças audiovisuais.

4.4.1 Apresentadoras

O programa do PMDB é apresentado por Fernanda Hamacek que é creditada como apresentadora. Ela possui a pele clara, aparenta ter em torno de 35 anos, magra, alta, loira e de olhos azuis veste calça, blusa e blazer brancos. O cabelo está preso em um coque baixo e ela usa anéis e brincos com pedras grandes, transparentes e brilhantes.

Figura 14: Apresentadora do PMDB



Fonte: Propaganda política partidária PMDB

Abaixo evidenciamos as cinco primeiras cenas em que Fernanda possui fala: Como trata-se de uma análise qualitativa destacamos as primeiras cenas em que a apresentadora possui fala pois é neste momento que já podemos iniciar a análise e compreender o espaço que é relegado à ela no programa em bloco. Para que não ocorra repetições opta-se por destacar as cenas abaixo, contudo, todas as cenas estão disponíveis na íntegra nos apêndices 1 e 2.

Cena 1: Imagem aérea do Palácio do Planalto. O movimento da câmera inicia na lateral e vai subindo conforme mostra a fachada do edifício. Trilha sonora: Instrumental feita por orquestra.

Voice Over apresentadora: - Palácio do Planalto.

Cena 2: Mulher branca, magra, alta, loira e de olhos azuis veste calça, blusa e blazer brancos. O cabelo está preso em um coque baixo e ela usa anéis e brincos com pedras grandes, transparentes e brilhantes. Enquanto caminha na parte externa do térreo do Palácio ela fala olhando para a câmera.

Apresentadora: - A obra arquitetônica de Oscar Niemeyer é e inspira transparência, luminosidade, clareza. A cada passo um novo espaço se abre. O Palácio é, em si...

Cena 3: Imagem aérea da entrada do Palácio. Câmera passeia pela entrada.

Voice Over apresentadora: - Um convite à reflexão, a estender o olhar e o pensamento. Por isso a visão mais ampla e abrangente que ele tem a oferecer é de dentro pra fora.

Cena 4: Apresentadora em close do lado de fora do Palácio

Apresentadora: - Porque é daqui que se olha se pensa e se faz o Brasil. O Palácio do Planalto não foi concebido para os que querem nele se entrincheirar.

Cena 5 - Apresentadora em plano médio ainda do lado de fora do Palácio. Câmera faz um leve movimento de pan.

Apresentadora: - E se manter a qualquer custo no poder. Não. O Palácio não é endereço fixo de ninguém. Quem por aqui passar tem o dever de deixar para o próximo que chega um Brasil em ordem e pronto para ser um país cada vez melhor.

O programa do PT é apresentado por Letícia Viola, creditada como estudante de Jornalismo. Mulher branca de pele média, aparenta ter em torno de 23 anos, magra, estatura mediana, cabelos e olhos escuros. Veste calça jeans, tênis e blusa regata branca. Não usa acessórios. O cabelo está solto e o comprimento é na altura dos ombros.

Figura 15: Apresentadora do PT



Fonte: Propaganda política partidária PT

Evidencia-se a seguir as cinco primeiras cenas em que a condutora aparece, assim como no programa em bloco do PMDB.

Cena 7: Jovem branca de pele média, magra, estatura mediana, cabelos e olhos escuros, caminha pela rua. Veste calça jeans, tênis e blusa regata branca. Não usa acessórios. O cabelo está solto e o comprimento é na altura dos ombros. Ela segura a câmera enquanto fala. Na parte inferior esquerda da tela surge o GC: Letícia Viola e abaixo: Estudante de jornalismo. Música instrumental alegre feita por guitarra.

Letícia: - Meu nome é Letícia. Esse foi o nome que meu pai e minha mãe escolheram pra mim. Eu sou a primeira pessoa da minha família a entrar numa universidade. E como trabalho final do meu curso de jornalismo eu escolhi fazer um filme sobre escolhas.

Cena 8: Visão de cima de um cruzamento de ruas com ciclovia e faixas de segurança. Letícia escolhe para qual lado deseja atravessar.

Letícia: - Sobre o direito de poder escrever a nossa própria história.

Cena 9: Letícia caminhando em direção a câmera aparece desfocada em plano médio surge na tela a palavra: Escolhas. Enquanto a palavra some Letícia começa a aparecer com foco na imagem.

Cena 11: Letícia senta-se em uma mureta na rua e tem a câmera em um tripé de frente para ela.

Letícia: - Eu preciso contar que...

Cena 12: Primeira Plano de Letícia olhando p câmera

Letícia: - Se não fosse o Prouni eu não teria conseguido entrar numa universidade.

Considerações e comparações sobre as apresentadoras:

Fernanda e Letícia são diferentes. Fernanda possui uma beleza europeia que lembra muito Marcela Temer, mas é uma Mulher madura. Enquanto Letícia tem uma beleza mais próxima da miscigenação brasileira e jovem.

As vestes também contrastam. Enquanto Fernanda apresenta um visual refinado, com penteado, maquiagem, jóias e roupas brancas que remetem a limpeza, higienização. Letícia não usa acessórios e apresenta-se de forma simples. Embora não seja mostrado de forma explícita, pelas vestes é possível inferir a classe econômica das duas: Fernanda aparenta ser classe A e Letícia classe C.

A participação de Fernanda e Letícia ao longo dos programas de propaganda política partidária, também é distinta. Fernanda só é devidamente creditada após quatro minutos de programa e não interage em nenhum momento com os demais participantes. Sua fala não a torna íntima do telespectador. Já Letícia se apresenta verbalmente e também é creditada no GC desde o início. Ela interage o tempo todo com os demais participantes, isso causa uma aproximação e reconhecimento com o telespectador.

Além disso, Fernanda fica o tempo todo do lado de fora do Palácio do Planalto e Letícia passa por vários locais, de São Paulo à Paraíba. Como apresentadoras das peças audiovisuais as duas representam os cidadãos com os quais os partidos pretendem dialogar.

4.4.2 Protagonistas

Nesta categoria identificamos as Mulheres que participam dos programas em bloco complementando informação, trazendo dados, contando suas histórias. Todas são creditadas o que as diferencia de populares, por exemplo.

No programa em bloco do PMDB foram onze protagonistas Mulheres identificadas. Abaixo listamos cada uma delas e suas respectivas cenas:

Figura 16: Teresa Surita, prefeita da Boa Vista.



Fonte: Propaganda política partidária PMDB

Teresa Surita, 61 anos, surge em primeiro plano e dá seu depoimento olhando para a câmera. Não é possível identificar onde ela está, apenas que há uma parede de vidro pela qual a luz entra. Os cabelos loiros e soltos escondem o grande brinco que ela usa. Veste uma blusa salmão e maquiagem leve no rosto. Na lateral direita surge o texto: Teresa Surita e abaixo prefeita de Boa Vista. Durante a fala as expressões “Compromisso”, “Eficiência traz estabilidade”, “Empregos estão voltando” surgem na tela.

- O Brasil tem hoje uma equipe econômica da maior competência, como há muito não se via. Crédito total do presidente Michel Temer. Ele soube reunir nomes de expressão e credibilidade afinados em torno de um só objetivo: trazer de volta a estabilidade e os empregos que foram tomados dos trabalhadores. Os resultados estão aí e já superam expectativas. O país está saindo da recessão, a inflação está dentro da meta, os juros caíram. Com essa queda dos juros, o crédito vai aumentar e com mais crédito voltam os investimentos e os empregos. Volta a confiança no país.

Figura 17: Ericka Filippelli, Presidente do PMDB Mulher DF



Fonte: Propaganda política partidária PMDB

Erika Filippelli surge também em primeiro plano para dar o seu depoimento olhando para a câmera. Loira de cabelos de comprimento médio e ondulados, olhos claros. Veste blusa branca e não é possível identificar onde ela está, apenas que há luminosidade e móveis claros. Na lateral direita da tela surge o nome Erika Filippelli e abaixo Presidente do PMDB Mulher DF. Durante a fala as expressões “Mais de 30 bilhões”, “Dinheiro vivo no seu bolso” surgem na tela.

- Agora gente o que deixou o Brasil todo feliz foi a ideia do Presidente Temer em liberar as contas inativas do Fundo de Garantia. Um sucesso. Com isso mais de 30 bilhões de reais entrarão em circulação no mercado. É dinheiro vivo, é dinheiro novo no bolso dos brasileiros.

Erika em primeiro plano. Durante a fala as expressões “FGTS dobrou para 3 milhões”, “Minha casa minha vida”, “600 mil novas casas” surge na tela.

- Ainda com relação ao fundo de garantia o presidente Temer dobrou o valor do saque pra aquisição da casa própria. E o programa minha casa minha vida vai receber ainda este ano dinheiro pra financiar a construção de 600 mil novas casas.

Figura 18: Josi Nunes, Deputada Federal

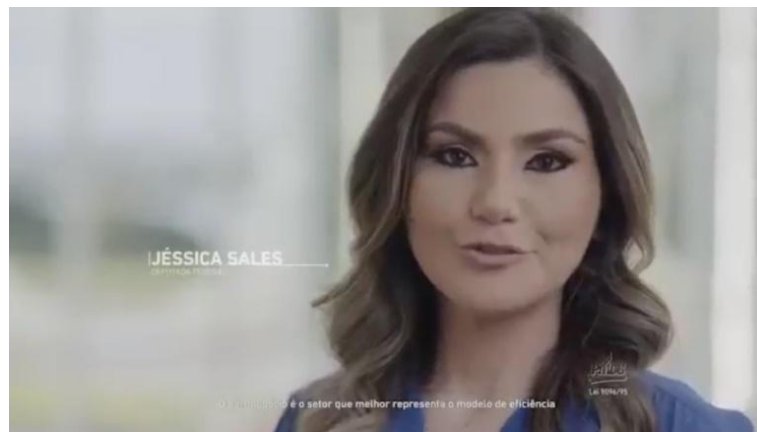


Fonte: Propaganda política partidária PMDB

Josi Nunes, 55 anos, cabelos loiras cacheados e curtos. Veste blazer branco. Na lateral esquerda da tela surge Josi Nunes e abaixo Deputada Federal. Durante a fala as expressões “12 bilhoes de reais”, “a ordem é criar empregos”, “600 mil novas casas” surgem na tela.

- No agronegócio o Banco do Brasil está injetando 12 bilhões de reais. A ordem do presidente é incentivar o setor que mais cresce que mais emprega e que mais contribui para a nossa economia.

Figura 19: Jéssica Sales, Deputada Federal

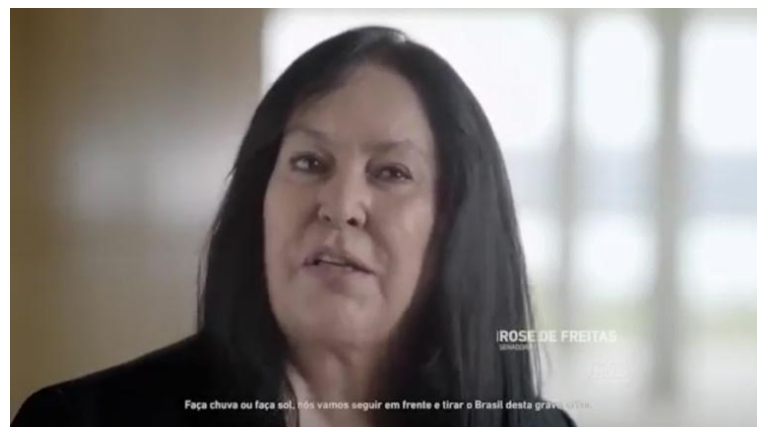


Fonte: Propaganda política partidária PMDB

Jéssica Sales, 37 anos, tem a pele clara e cabelos escuros e ondulados. Veste camisa azul. Na lateral esquerda da tela surge Jéssica Sales e abaixo Deputada Federal. Durante a fala a expressão “modelo para o país” surge na tela.

- O agronegócio é o setor que melhor representa o modelo de eficiência que o presidente Temer tanto acredita e quer para o Brasil. A de um país moderno, confiante e confiável.

Figura 20: Rose Freitas, senadora.



Fonte: Propaganda política partidária PMDB

Rose de Freitas, 68 anos, é branca e tem cabelos lisos e pretos. Na lateral direita da tela surge Rose de Freitas e abaixo Senadora. Durante a fala a expressão “na direção do crescimento” surge na tela.

- Faça chuva ou sol nós vamos seguir em frente e tirar o Brasil desta grave crise. Aliás, já estamos saindo dela e a Mulher do PMDB é um braço forte nessa luta.

Figura 21: Fátima Pelaes, Secretária Especial de Políticas para Mulheres.



Fonte: Propaganda política partidária PMDB

Fátima Pelaes, 58 anos, branca, cabelos castanhos e curtos, veste blusa azul escuro. Na lateral esquerda da tela surge Fátima Pelaes e abaixo Secretária Especial de Políticas para Mulheres. Durante a fala a expressão “1ª Delegacia da Mulher” surge na tela.

- Fátima: Para quem ainda não sabe o Presidente Michel Temer foi o responsável pela criação da primeira delegacia da Mulher

- Essa sua determinação se mantém, pois ele coloca entre as suas prioridades a valorização da Mulher, o empoderamento feminino. Você que já é uma guerreira na vida, venha fazer parte do PMDB Mulher.

Figura 22: Marta, Senadora.



Fonte: Propaganda política partidária PMDB

Marta, 72 anos, cabelos loiros e curtos veste paletó cinza. Na lateral direita da tela surge Marta e abaixo senadora. Durante a fala as expressões “reforma do ensino médio” e “sonhar e realizar” surgem na tela.

- Outro assunto que há mais de vinte anos vem sendo deixado de lado é a reforma do ensino médio que p presidente Temer corajosamente abraçou e sancionou. Assim como os CEUs significaram um avanço como projeto de educação inovadora a reforma do ensino médio traz para os jovens novas perspectivas de futuro de acordo com os seus interesses sua realidade e com o nosso tempo.

Marta, meia idade branca, cabelos loiros e curtos veste paletó cinza.

- Isso é necessário, é inteligente e é futuro.

Figura 23: Eliane Sinhasque, Deputada Estadual – Acre



Fonte: Propaganda política partidária PMDB

Eliane, 48 anos, é morena e tem os cabelos pretos presos em um coque. Veste blusa estampada e brincos de pérolas. Na lateral direita da tela surge Eliane Sinhasque e abaixo Deputada Estadual ACRE. Durante a fala as expressões “Pequenas e médias empresas” e “O dinheiro fica no país” surgem na tela.

- E para gerar ainda mais investimentos e empregos o BNDS do governo Temer mudou de tamanho e de prioridade. Eu explico: o foco agora são as pequenas e médias empresas a prioridade está em investir em obras dentro do país.

Figura 24: Elcione Barbalho, Deputada Federal.



Fonte: Propaganda política partidária PMDB

Elcione Barbalho, 73 anos, branca cabelos loiros e curtos usa blusa branca e brincos de pérolas. Na lateral esquerda da tela surge Elcione Barbalho e abaixo Deputada Federal. Durante a fala a expressão “Menor inflação nos últimos 20 anos” surge na tela.

- Com as reformas feitas pelo governo do PMDB o ano começou bem. A inflação de janeiro foi a menor em 20 anos.

Figura 25: Marinha Raupp, Deputada Federal.



Fonte: Propaganda política partidária PMDB

Marinha Raupp 57 anos, branca, cabelos escuros semi-presos. Veste paletó branco. Na lateral direita da tela surge Marinha Raupp e abaixo Deputada Federal. Durante a fala a expressão “Empregos estão voltando” surge na tela.

- E após quase dois anos com mais demissões do que contratações o Brasil volta a gerar empregos com carteira assinada.

Figura 26: Soraya Santos, Deputada Federal.



Fonte: Propaganda política partidária PMDB

Soraya Santos, 59 anos, branca, cabelos castanhos e soltos na altura dos ombros. Veste blusa azul e usa pequeno cordão dourado no percoço. Na lateral direita da tela surge Soarya Santos e abaixo Deputada Federal. Durante a fala a expressão “Economia estável” surge na tela.

- A agência Modys vê sinal de recuperação na nossa economia e acaba de mudar a nossa classificação para estável. Essa recuperação estava prevista só para o segundo semestre, mas já é uma realidade.

No programa em bloco do PT foram duas protagonistas Mulheres identificadas. Abaixo listamos cada uma delas e suas respectivas cenas:

Figura 27: Daniela Neves, Beneficiária do Bolsa Família.



Fonte: Propaganda política partidária PT

Daniela, em torno de 35 anos, negra, sentada em sofá fala sem olhar para a câmera. Ela tem os cabelos trançados e presos na parte de trás da cabeça. Veste

blusa branca e casaco preto. No lado direito inferior da tela surge o nome Daniela Neves e abaixo beneficiária do Bolsa Família. Durante a fala de Daniela a tela escurece brevemente e retorna para a mesma cena e ela continua falando. Esse recurso é utilizado para cortar partes da fala do entrevistado de forma mais suave.

- Eu não ficava sentada de braços cruzados esperando que esse benefício chegasse. Eu fazia as minhas faxinas, eu corria atrás, mas ainda era pouco. E naquela data em que ele chegava, era uma data em que eu não tinha, por incrível que pareça, era uma data em que meu menino não tinha uma merenda, não tinha uma mistura. E era o momento em que aquele pouco que nos chegava, Nossa! Nos trazia o alimento que eu não tinha naquele dia. Foi a pessoa que olhou por nós. Eu nunca vi isso antes. A minha mãe nunca viu isso antes. A minha mãe não teve essa oportunidade.

Figura 28: Dona Quitéria, agricultora.



Fonte: Propaganda política partidária PT

Letícia e Dona Quitéria, em torno de 70 anos, sentam em um banco de madeira com o fundo voltado para a caatinga. Dona Quitéria é idosa, tem os cabelos parcialmente brancos, veste saia preta e blusa estampada.

- Desde os meus 14 anos que eu sempre fui agricultora

Dona Quitéria caminha em meio a plantação de cactos enquanto Letícia a filma:

- Eu, meus filhos, meu marido, tudo plantava em conjunto.

Dona Quitéria sentada close

- O mais velho saiu daqui chorando e dizendo: “Mamãe eu vou embora dessa terra por que não tem oportunidade dessa terra pra gente sobreviver. E eu nunca vou poder ajudar vocês”.

Dona Quitéria e Letícia caminham por uma estrada de chão conversando enquanto Letícia a filma com a câmera

- Que só se produz com água. Sem água não se produz nada não.

Letícia faz uma foto de Dona Quitéria com o celular.

- Agora surgiu uma luz

Dona Quitéria sentada close

- E a benção de Deus que tocou no coração de um bom administrador que eu não vou citar o nome. (risada) Que a gente já sabe quem foi.

Letícia e Dona Quitéria se olham sentadas no banco de madeira

- Que desengavetou o processo que estava há anos e anos que a gente só ouvia falar.

Água dos rio corre entre as pedras

Voice over Dona Quitéria- A gente vê na nossa terra uma água com abundância

Letícia e Dona Quitéria se olham sentadas no banco de madeira

- que a gente sabe que não é uma água provisória

Dona Quitéria dá milho para as galinhas enquanto Letícia segura ovos nas mãos

- dessa pessoa. Não posso citar o nome não?

Letícia: Pode.

Dona Quitéria: Pode? Lula-lá

Dona Quitéria e Letícia caminham de mãos dadas pela estrada de chão

- É uma pessoa abençoada por Deus

Considerações e comparações sobre as protagonistas:

O grande número de participantes no programa do PMDB não se deve apenas ao fato de a peça ter sido veiculada em março, considerado o Mês da Mulher. Assim que assumiu como presidente, Temer foi bastante criticado por formar um governo apenas com homens nos principais cargos. A quantidade de Mulheres participando do programa poderia ser uma estratégia para reverter as críticas e mostrar que no PMDB também há espaço para Mulheres.

São onze Mulheres participantes, majoritariamente brancas, e o nome de Temer é mencionado nove vezes por elas. Embora ocupem diferentes cargos eletivos ou dentro do partido, a narrativa construída por elas está focada em Temer: indicando as mudanças que já foram feitas por ele, os planos, as reformas necessárias e os acertos do novo presidente. Importa destacar a fala da Senadora,

Rose Freitas: o governo se esforça para tirar o Brasil da crise e que a “Mulher do PMDB é um braço forte nessa luta”. Fátima Pelaes, Secretária Especial de Política para Mulheres, esclarece que Temer foi o responsável pela criação da primeira delegacia da Mulher no país e convida as Mulheres a se filiarem ao PMDB.

Já o programa do PT apresenta apenas duas participantes uma negra e outra com fenótipo nordestino. Suas falas são testemunhos dos benefícios que receberam com os programas implementados pelos governos do PT, sobre o quão importante é o programa bolsa família e a transposição do rio São Francisco, para elas e suas famílias. O nome de Lula é mencionado diretamente somente por uma delas após pedir autorização para citá-lo.

Importa destacar também o enquadramento utilizado para mostrar estas Mulheres. No programa do PMDB as protagonistas são todas mostradas em primeiro plano o que dá maior destaque para elas e importância para as suas falas. No programa do PT há uma variação entre plano médio para uma das protagonistas e planos médios e closes para outra. Nota-se que os closes são utilizados em momentos em que o depoimento se torna mais emotivo, numa tentativa de comover o telespectador.

4.4.3 Cenários

Nesta categoria identificamos os cenários onde os programas se passam. Importa destacar aqui a relação das apresentadoras e protagonistas com esses espaços. O programa em bloco do PMDB o cenário é o Palácio do Planalto. Tanto a fachada do edifício quanto ambientes internos são mostrados ao expectador.

Figura 29: Palácio do Planalto



Fonte: Propaganda política partidária PMDB

O programa em bloco do PT é ambientado em dois estados diferentes: São Paulo e Paraíba. Além de ambientes externos como ruas e rios o interior de algumas casas também é exibido.

Figura 30: São Paulo



Fonte: Propaganda política partidária PT

Figura 31: Paraíba



Fonte: Propaganda política partidária PT

Considerações e comparações sobre os cenários:

O Programa do PMDB passa-se exclusivamente no Palácio do Planalto, enquanto o do PT desenvolve-se nas ruas e casas de São Paulo e próximo à obra de Transposição do Rio São Francisco na Paraíba. Com a ascensão ao cargo máximo do Executivo de forma duvidosa, mostrar o Palácio do Planalto, local oficial de trabalho dos Presidentes do Brasil, é uma forma de demonstrar quem agora ocupa aquele lugar. Na tentativa de legitimar-se no cargo, Temer é mostrado várias vezes sozinho dentro do Palácio do Planalto. Os ambientes desabitados, dão a ideia de

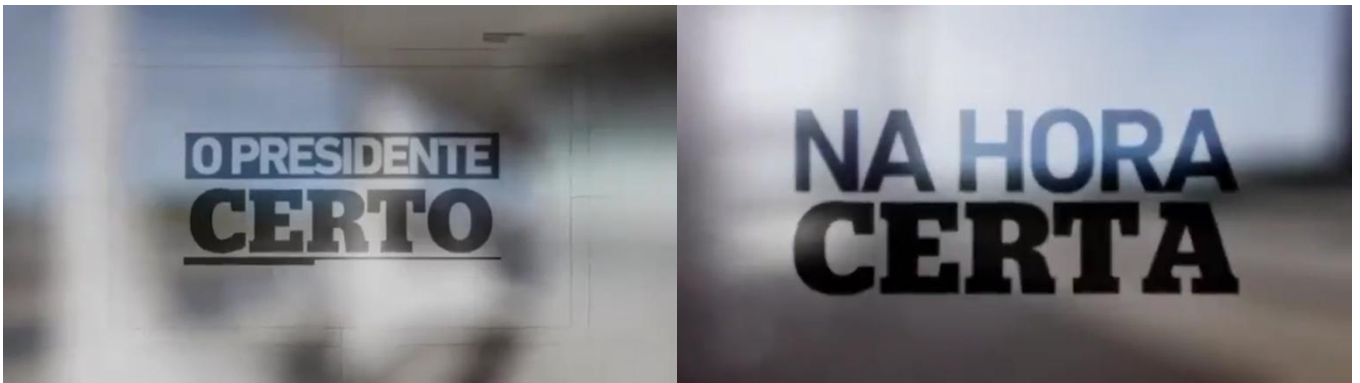
limpeza no edifício antes ocupado pela então Presidenta Dilma. Cabe destacar que a apresentadora Fernanda Hamacek fica apenas do lado de fora do Palácio do Planalto.

As ruas de São Paulo que são mostradas no programa do PT estão habitadas por pessoas comuns, assim como os locais visitados na Paraíba. Letícia Viola tem livre acesso a todos os locais mostrados.

4.3.5 *Temáticas*

Nesta categoria identificamos as temáticas, o assunto que norteia o programa em bloco e o recado que se quer passar para o telespectador. A peça audiovisual apresentada pelo PMDB tenta fixar a ideia de que Michel Temer é “O presidente certo na hora certa”. Além de usar elementos gráficos para destacar a mensagem e a mesma seja mencionada pela locução, as falas das protagonistas dão fôlego a essa ideia, são elogiosas e repetitivas.

Figura 32: O presidente certo na hora certa



Fonte: Propaganda política partidária PMDB

A mensagem destacada pelo programa do PT é a possibilidade de fazer escolhas. Desde o ato de ter o nome escolhido pelos pais, o curso de graduação que cursará, passando por opções de política econômica/social até para qual lado da rua vai-se atravessar, há uma gama de possibilidades, de escolhas.

Figura 33: Escolhas



Fonte: Propaganda política partidária PT

Considerações e comparações sobre as mensagens:

De modo geral a peça audiovisual apresentada pelo PMDB procurou exaltar Michel Temer. A narrativa indica que o novo chefe do Palácio do Planalto quer reorganizar o país e está sendo bastante assertivo em suas propostas. Todos os depoimentos o exaltam na tentativa de persuadir o telespectador do que está sendo dito. Além disso, o uso das cores frias, os ambientes vazios do Palácio do Planalto, ocupados apenas por Temer dão a ideia de limpeza. Indica que o novo governo está higienizando o Brasil.

Já o programa do PT busca exaltar os feitos de Lula. A narrativa expõe os programas sociais lançados pelos governos do PT e como a população se beneficiou e ainda se beneficia deles. A mensagem destacada é que tudo é uma escolha. Desde o nome da estudante dado pelos pais, o tema do seu trabalho de conclusão de curso até as escolhas feitas pelos governos do PT e do PMDB. Tratando-se de escolhas fica evidente a escolha que o PT fez ao deixar a ex-Presidenta Dilma de lado. Em nenhum momento seu nome é mencionado e ela aparece apenas alguns segundos na peça audiovisual ao lado de Lula na inauguração da transposição do Rio São Francisco.

Embora o vídeo do PT fale sobre a força da Mulher para a mudança na política do país, através de movimentos sociais e estudantis, em nenhum momento as Mulheres são convidadas a se filiarem ao partido. Já no programa do PMDB, embora o argumento sobre a participação das Mulheres na política seja breve no texto, é feito um convite explícito a filiação à partidária.

Outro ponto a ser destacado é o recurso de narração em off. No programa do PMDB há apenas um narrador homem. No programa do PT há um narrador homem

e uma narradora Mulher. Este recurso audiovisual é utilizado para dar ênfase e credibilidade ao que está sendo mostrado. Ao optar por vozes masculina e feminina o PT indica o que é dito pela Mulher deve ser levado em consideração tanto pelo que é dito por um homem.

4.4.6 O Lugar da Mulher na Política

A proposta de tentar entender o espaço delimitado à Mulher na política através da análise dos programas em bloco mostrou que a afirmação de Panke (2016, p 23) “A política é um universo masculino” é certa. Podemos perceber que, no que tange à participação da Mulher nestes programas ambos se aproximam ao ter duas Mulheres como apresentadoras das narrativas. Porém as duas se diferem visualmente e em suas jornadas. Enquanto a Mulher que conduz o programa do PMDB fica apenas do lado de fora do Palácio do Planalto, a Mulher que conduz o programa do PT circula por todos os cenários e interage com personalidades do partido.

O programa do PMDB apresenta grande número de Mulheres participantes, onze no total. Se comparada com o número de participantes do PT, apenas duas, parece que o roteiro do PMDB contrapõe a imagem de Temer do início do mandato, cercado apenas por homens.

O programa do PT valoriza ao longo de toda a sua narrativa a força da Mulher na política. Contudo, não destaca que Dilma Rousseff foi a primeira Mulher a presidir o país. Ela é, inclusive, ignorada pelo partido, visto que, aparece apenas por alguns segundos. Cabe salientar que a imagem só foi incluída na peça audiovisual pois ela estava ao lado de Lula, que era o foco.

Embora não se tratem de candidatas a cargos eletivos, é possível fazer um comparativo com as Mulheres representadas nos programas em bloco analisados com o perfil das Mulheres candidatas apresentadas por Panke (2016): Guerreiras, Mães e Profissionais. No programa do PT fica muito evidente que o perfil de todas elas é o de guerreira, da Mulher que vai à luta. A história de vida das protagonistas é evidenciada pelo programa, mostrando suas lutas, momentos de desespero e suas vitórias.

No programa do PMDB essa relação não é encontrada tão facilmente. Todas as participantes ocupam cargos de destaque no partido e poderiam estar no vídeo como profissionais. No entanto a fala delas não demonstra em nenhum momento o

potencial profissional que possuem. Seu conhecimento enquanto profissionais das áreas que atuam não é mencionado. Uma das possíveis explicações para essa situação na condição implícita: para o PMDB, o sucesso profissional não faz parte da identidade feminina. A realização da Mulher está em casar-se, ter filhos e não em ter uma posição de liderança na sua ocupação profissional (PANKE, 2016).

Também não se pode identificá-las com o perfil de guerreiras, visto nada ser mostrado das suas trajetórias. A narrativa é construída de tal forma que anula as qualidades da mulher para evidenciar as qualidades do governo Temer: como mães/esposas elas elogiam o filho/marido. Assim, entende-se que as mulheres representadas nesta peça possuem o perfil próximo ao maternal.

A Lei nº 9.096/95 que rege a propaganda política partidária faz uma tentativa de reduzir as diferenças de gênero na política quando indica que essa modalidade de propaganda deve difundir a participação feminina. Este pode ser um dos motivos por termos tantas Mulheres protagonistas nas peças audiovisuais. Na tentativa de cumprir a lei é cedido tempo em vídeo para a Mulher, mas suas falas pouco ou nada estimulam a participação feminina. O programa do PMDB faz um convite explícito à filiação partidária enquanto o do PT apenas destaca o espírito guerreiro das Mulheres, mas não realiza convite algum.

O fato de a condutora do programa do PMDB ficar o tempo todo do lado de fora do Palácio do Planalto é um demarcador de exclusão. Ela não está convidada para a roda do poder. Este é um espaço reservado para os homens.

O fato de o programa do PT ignorar a existência da ex-presidenta Dilma é outro demarcador de exclusão. À Mulher é permitido o jogo político desde que ela sirva aos interesses do partido, depois pode ser descartada. Já dizia Simone de Beauvoir (1967) que bastava uma crise política para que os direitos das Mulheres fossem questionados. Dilma Rousseff enfrentou a maior crise política vivida pelo Brasil no século XXI e agora é deixada de lado pelo próprio partido.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou compreender o lugar da Mulher na Política através da propaganda dos dois maiores partidos brasileiros, PMDB e pelo PT. Embora já tenham vencido as eleições presidenciais coligados, atualmente os dois partidos seguem caminhos diferentes na política brasileira.

É evidente que apenas este estudo não destrincha o baixo número de mulheres participantes da política, visto que, não é apenas um problema que ocorre na propaganda política partidária, mas que perpassa a propaganda política eleitoral, as verbas para campanhas, os espaços dentro dos partidos, a confiança na Mulher como ser político para ser votada e toda a estrutura da sociedade brasileira que ainda é muito machista.

O levantamento teórico foi relevante para que se pudesse cumprir objetivo geral desta monografia que foi compreender o lugar da Mulher na Política através da propaganda dos dois maiores partidos brasileiros. Após a análise, confirma-se que a participação da Mulher na política é pequena e urgente deve ser o seu incremento. Se no início do século XX a luta era para o direito ao voto, hoje a batalha é para que possamos ocupar massivamente os espaços decisórios. Seja no Congresso Nacional, nas prefeituras, câmaras ou mesmo dentro dos partidos.

Em relação aos objetivos específicos esta monografia buscou revisar as teorias sobre Gênero, a história do feminismo no Brasil, destacar as candidatas Mulheres, as primeiras eleitas e as cotas por gênero; apresentar conceitos relativos à Política, Democracia, Partidos Políticos e a legislação que sustenta a propaganda política na televisão e analisar dois programas em bloco veiculados na televisão aberta, em março e abril de 2017, o primeiro do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), o outro do Partido dos Trabalhadores (PT).

Ao analisar a representação da Mulher nos programas em bloco conseguimos evidenciar as escolhas partidárias em relação à Mulher. O que é mostrado ao espectador é reflexo das escolhas internas, das políticas de governo que cada agremiação partidária escolhe seguir. Assim, o que se pode inferir com este estudo é que a participação da Mulher na política e nos partidos é bem-vinda desde que esta cumpra o seu papel. De que ela frequente apenas o espaço que lhe é permitido pelos homens do partido.

A política é um território de disputas de poder formatado na dinâmica dos homens: horários, modos de atuação e negociação (PANKE, 2008). Beauvoir (1967) indica que há muito tempo o homem representa o positivo e o neutro. Sendo que para falar sobre os seres humanos usa-se o termo “os homens”. Já a Mulher, conforme a autora, é tida como algo negativo, limitado.

Conforme Bourdieu (2000), a dominação masculina é uma forma de violência simbólica, invisível e insensível para as próprias vítimas. Esse pensamento é concomitante ao que Pinto (2011) destaca: as relações de poder são constituídas pelas relações sociais e o problema está na naturalização dos agentes de dominação.

Assim, faz-se necessário pensar sobre a presença e a participação das Mulheres nas esferas de poder do Estado, em especial no âmbito parlamentar e executivo, espaços em que as Mulheres são autorizadas a exercer as suas funções quando eleitas. A Mulher na política abre uma brecha nos constantes discursos da cultura machista que preserva os espaços das instâncias decisórias do poder aos homens (PAIVA, 2008).

A ascensão da Mulher como ser político está relacionada com o reconhecimento das desigualdades sociais, reforçadas por determinações de gênero e classe. Prá (2016) afirma que é necessário reconhecer e dar visibilidade às minorias políticas. Esse processo de reconhecimento traz à tona o sujeito político, que se constrói pela ação coletiva de grupos ou de indivíduos que se encontram marginalizados, como é o caso da Mulher.

A Carta Política lançada em 1976 pelo Círculo da Mulher, apesar de mais de 40 anos continua atual: “Ninguém melhor que o oprimido está habilitado a lutar contra a sua opressão”. Assim, com mais Mulheres participando da política e sendo eleitas teremos mais chances contra projetos que tiram autonomia dos nossos corpos como é o caso da PEC 181/2015, que entre outras medidas torna o aborto ilegal, até mesmo em casos de estupro.

A reflexão que se faz é: se tivéssemos um número maior de Mulheres no Congresso Projetos de Emenda Constitucional como esses iriam à votação? Ou teriam grandes chances de serem aprovados? O que mais Mulheres na política podem fazer pelo Brasil?

Em meio a turbulência política que o país vive é necessário recordar a afirmação de Simone Beauvoir (1967): “Basta uma crise política, econômica e

religiosa para que os direitos das Mulheres sejam questionados. Esses direitos não são permanentes. Você terá que manter-se vigilante durante toda a sua vida”. A presença de mais Mulheres é fundamental para a defesa e permanência dos direitos já conquistados.

O Brasil, como país signatário da ONU deve fazer o possível para cumprir a agenda dos objetivos sustentáveis propostas pela entidade. O Objetivo 5: “Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as Mulheres e Meninas.” Também está relacionado com a política. Já que o seu ítem 5.5 orienta a: “Garantir a participação plena e efetiva das Mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública”.

Após realizar esta análise podemos perceber que estamos muito longe desse objetivo, visto que não é apresentada à Mulher a possibilidade de igualdade e liderança na vida política, ao menos no PMDB e no PT. Embora ambos os programas sejam apresentados por Mulheres, e a existência de protagonistas seja substancial, onze no PMDB e duas no PT, suas falas estão voltadas para a construção positiva da imagem de um homem. Michel Temer para o PMDB e Lula para o PT.

Pouco adianta fazer um convite explícito à Mulher para filiação partidária, como ocorre com o PMDB, quando o programa é recheado de Mulheres, ocupando cargos de destaque na política nacional, e o perfil profissional delas e seus feitos não são valorizados. Quando suas falas servem, majoritariamente, para elogiar os feitos de um homem. Certamente, há muito a ser dito sobre as conquistas que essas mulheres realizaram para o país.

Também não é proveitoso valorizar o perfil guerreiro da Mulher na busca por melhorias sociais, como ocorre no programa do PT, se não é dada abertura explícita para a participação da Mulher no partido. Ou ainda, se a presença da primeira e única Mulher a governar o País - a ex-presidenta Dilma - é ignorada pelo partido ao qual ela é filiada e foi eleita.

Constantemente questionadas, vítimas de piadas machistas e reducionistas, a Mulher que ocupa cargos políticos precisa constantemente provar o seu valor. Como evidência disso são as expressões de uso comum que estabelecem o lugar da Mulher estrutura social ou que delimitam seu comportamento político: “lugar de mulher é em casa; política é coisa de homem; ou mulher não vota em mulher” (PRÁ, 2016 p.18).

De forma geral, pode-se admitir que, parte do fluxo discursivo na atualidade é responsável pela conservação de estruturas sociais nas quais a exclusão e o preconceito consolidam-se nas piadas e nos chistes populares (PAIVA, 2008). A propaganda política partidária, da forma como está constituída, contribui para a permanência do machismo estrutural que fundamenta as nossas relações sociais e, também, políticas.

A Lei nº 9.096/95 que rege a propaganda política partidária faz uma tentativa de reduzir as diferenças de gênero na política quando indica que essa modalidade de propaganda deve difundir a participação feminina. Este pode ser um dos motivos por termos tantas mulheres protagonistas nas peças audiovisuais analisadas. Na tentativa de cumprir a lei, é cedido tempo em vídeo para a Mulher, mas suas falas pouco ou nada estimulam a participação feminina.

O fato de a apresentadora do programa do PMDB ficar o tempo todo do lado de fora do Palácio do Planalto é um demarcador de exclusão. Ela não está convidada para a roda do poder. Este é um espaço reservado para os homens.

O fato de o programa do PT ignorar a existência da ex-presidenta Dilma é outro demarcador de exclusão. À Mulher é permitido o jogo político, desde que ela sirva aos interesses do partido, depois pode ser descartada.

Assim, enquanto o tempo ocupado pela Mulher na propaganda partidária for destinado à exaltação de um homem não haverá espaço para a Mulher mostrar o seu potencial. É necessário que a atuação da Mulher na política seja valorizada tanto quanto é a do homem.

O que deve ser levado em consideração é a necessidade em deixar os centros decisórios mais democráticos e com representações diversas e igualitárias.

A participação de mais Mulheres na política no Brasil deve abrir caminho para a conquista da igualdade de direitos. Porém, é importante que além de mais Mulheres participando da vida partidária e sendo eleitas, que lhes sejam dadas possibilidades de estar nas rodas de poder. É necessário que se abra caminho para as mulheres serem líderes e atuantes.

Certamente há muito a ser estudado sobre o tema e o objetivo desta monografia não se esgota. Estamos próximos da uma eleição presidencial e a situação política nacional está bastante agitada.

Fiquemos atentas. Não podemos mais admitir tantas cadeiras vazias como as do projeto #moreWomen. Caso nos omitamos, a política seguirá sendo universo masculino. Até quando?

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Afonso de. **“Aqui você vê a verdade na tevê”**. A propaganda política na televisão. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 1999.

ALBUQUERQUE, Afonso de; DIAS, Márcia Ribeiro. Propaganda política e a construção da imagem partidária no Brasil. **Civitas**: Revista de Ciências Sociais. Porto Alegre, v.2, n. 2. p. 309-326. 2002. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/view/104/100>>. Acesso em: 21/12/2017/.

BAUER, Martin W; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa Com Texto, Imagem e Som**: um manual prático. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

BARBOSA, Marialva Carlos. Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Org.). **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010. P. 15-35.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**: a experiência vivida.2.ed.Trad. de Sergio Milliet. São Paulo Difusão Europeia do Livro, 1967

BERTANI, Karine. Faccat. A política entra no ar: evolução e características do horário gratuito de propaganda eleitoral. In: FACCAT. **Colóquio**: Revista Científica da FACCAT. 2 ed. Taquara: Faccat, 2005. P. 31-45. (Vol.3)

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia**: uma defesa das regras do jogo. 6. Ed. Torino: Paz e Terra, 1984. 171p. (Pensamento Crítico, 63). Disponível em: <<http://www.libertarianismo.org.br/livros/nbofdd.pdf>> Acesso em: 30de novembro de 2013.

BOBBIO, Norberto. **Dicionário de política**. Brasília : Editora Universidade de Brasília, 1 la ed., 1998. Vol. 1

BOURDIEU, P. **A Dominação Masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

BRASIL. Lei 9504, de 30 de setembro de 1997. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/legislacao/codigo-eleitoral/lei-das-eleicoes/lei-das-eleicoes-lei-nb0-9.504-de-30-de-setembro-de-1997#art44-57>> Acesso em: 21/12/2017.

BRASIL. Lei 9096, de 19 de setembro de 1995. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/legislacao/codigo-eleitoral/lei-dos-partidos-politicos/lei-dos-partidos-politicos-lei-nb0-9.096-de-19-de-setembro-de-1995#tit4>> Acesso em: 21/12/2017

BRASIL. Lei 13.165, de 29 de setembro de 2015. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2015/lei/l13165.htm> Acesso em: 21/12/2017

CALENDÁRIO 2017. TSE. Disponível em:
 <<http://www.tse.jus.br/partidos/propaganda-partidaria/propaganda-partidaria-2017>>
 Acesso em: 21/12/2017

CAMPANHA usa fotos para mostrar a falta de mulheres em cargos de poder.

Galileu. Disponível em:

<<http://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2015/10/campanha-usa-fotos-para-mostrar-falta-de-mulheres-em-cargos-de-poder.html>> Acesso em: 21/12/2017.

CASTAÑEDA, Marina. O Machismo Invisível. São Paulo: Editora Girafa. 2013.

DIREITO de voto feminino completa 76 anos no Brasil; saiba mais sobre essa conquista. Folha de São Paulo. Disponível em
 <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2008/02/367001-direito-de-voto-feminino-completa-76-anos-no-brasil-saiba-mais-sobre-essa-conquista.shtml>> Acesso em: 21/12/2017.

DOMENACH, Jean Marrie. **A propaganda política**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1963.

FERRAZ, Francisco. Manual Completo de Campanha Eleitoral. 3 Ed. Porto Alegre: GARCIA, Nelson Jahr. **Propaganda: ideologia e manipulação**. eBooksLibris. 1999. Disponível em: <<http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/manipulação>> Acesso em: 21/12/2017.

GOMES, Neusa Demartini. **Formas persuasivas de comunicação política: propaganda política e publicidade eleitoral**. 3 ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004

LOURO, Guacira Lopes. Pedagogias da sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Trad. de Tomas Tadeu da Silva. Belo Horizonte: Autêntica, 1999. p. 9-34.

LYPOVETSKY, Gilles. **A Terceira Mulher: permanência e revolução do feminino**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

HOLLAND, J. **Una breve historia de la misoginia**. México: Editorial Océano de México, 2010.

IstoÉ revela ataques nervosos de Dilma no período 'pré-impeachment'. Disponível em: <<https://portalnoar.com/istoe-revela-ataques-nervosos-de-dilma-no-periodo-pre-impeachment/>>. Acesso em: 21/12/2017.

MAIS um golpe contra as mulheres. **JUSTIFICANDO**. Disponível em: 5 de setembro de 2016 <<http://justificando.cartacapital.com.br/2016/09/05/mais-um-golpe-contra-as-mulheres/>> Acesso em: 21/12/2017.

MAAR, Wolfgang Leo. **O que é política**. 12. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

MACHADO, Maria Berenice da Costa. Propaganda e Democracia: delineando a pesquisa histórica. In: Anais 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia da Alcar.

Florianópolis: 2014. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontrosnacionais-1/encontros-regionais/sul/5o-encontro-2014/gt-8-historiografia-damidia/propaganda-e-democracia-delineando-a-pesquisa-historica/view>> Acesso em: 21/12/2017.

MOTA, M. A. ; SOUZA, R. M. V . Cenário Político Democrático: Os Partidos Nancicos e Horário Gratuito no Brasil. **HGPE: Desafios e Perspectivas nos 50 anos de Horário de Propaganda Eleitoral no Brasil**. 1ed.Capivari: Nova Consciência, 2013, v. 1, p. 93-102.

NICHOLSON, Linda. Interpretando o gênero. **Revista Estudos Feministas**. Florianópolis, ano 8, 2 semestre, 2000.p. 09-41. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/11780/11009>>. Acesso em: 21/12/2017.

LIVRO vai contar trajetória da ex-deputada Suely Oliveira. **Agência de Notícias ALRS**. Disponível em: <<http://www2.al.rs.gov.br/noticias/ExibeNoticia/tabid/5374/IdMateria/181137/default.aspx>> Acesso em: 21/12/2017.

PAIVA, Raquel. **Política: Palavra Feminina**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

PANKE, Luciana. **Campanhas eleitorais para mulheres: desafios e tendências**. Curitiba: Ed. UPRF, 2016.

PANKE, Luciana; MACEDO, Roberto Gondo (Org.). **HGPE: Desafios e perspectivas nos 50 anos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral no Brasil**. São Paulo: Editora Nova, 2013

PINTO, Celi Regina J. **Uma História do Feminismo no Brasil**. São Paulo: Perseu Abramo, 2003.

PINTO, Celi Regina J. Feminismo, História e Poder. **Rev. Sociol. Polit.**, Curitiba , v. 18, n. 36, Junho 2010 . Disponível em : <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-44782010000200003&lng=en&nrm=iso> Acesso em: 21/12/2017.

PINTO, Celi Regina J. **A derrota que se repete: as mulheres nas eleições para o legislativo em 2010 (uma reflexão teórica)**. In: Democracia e Processos Políticos (organizador Daniel de Mendonça) Pelotas: Editora Universitária/UFPEL, 2011.

PRÁ, Jussara Reis. **Mulheres, Feminismo e Ação Política no Brasil**. Porto Alegre: CirKula, 2016.

PROPAGANDA partidária. **TSE**. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/partidos/propaganda-partidaria/propaganda-partidaria> Acesso em: 21/12/2017

PROPAGANDA política partidária PMDB. Brasil – 30/03/2017. Elsinho Mouco, 2017a. Son., color, legendado. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/channel/UCJTRFbdA8wPlkctRBPFihGQ/featured>>
Acesso em: 21/12/2017.

PROPAGANDA política partidária PT. Brasil – 11/04/2017. Entrelinhas, 2017b. Son., color, legendado. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/TVPTBrasil>>
Acesso em: 21/12/2017.

QUEIROZ, Adolpho. 50 anos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, HGPE, Origens, Avanços e desafios. **HGPE: Desafios e Perspectivas nos 50 anos de Horário de Propaganda Eleitoral no Brasil**. 1ed.Capivari: Nova Consciência, 2013, v. 1, p. 29-36.

SER mulher influenciou na abertura do processo de impeachment. Uol. 10 de maio de 2016. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2016/05/10/dilma-diz-que-e-vitima-de-preconceito-no-processo-de-impeachment.htm>> Acesso em: 21/12/2017.

SCOTT, Joan W. **Gênero**: uma categoria útil para análise histórica. Educação & Realidade. Porto Alegre, v. 20, n. 2, jul/dez, 1995. p. 71-99.

ROSÁRIO, Nísia Martins. Discursos de audiovisualidades: corpos eletrônicos. **Comunicação**: Veredas (UNIMAR), v. 1, n 5, p. 51-69, 2006.

RODRIGUES, André Iribure. **As representações das homossexualidades na publicidade e propaganda veiculadas na televisão brasileira**: um olhar contemporâneo das últimas três décadas. 2008. 309p. Tese (Doutorado) – UFRGS, Porto Alegre, 2008.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. A contemporaneidade como idade média. Interface (Botucatu). 2000, vol.4, n.7, pp.25-36. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/icse/v4n7/03.pdf>> Acesso em: 21/12/2017

THIS Video Shows What History Would Look Like Without Men. **ELLE**. Disponível em: < <http://www.elle.com/culture/career-politics/a31098/men-photoshopped-out-of-history-video/>> Acesso em: 21/12/2017.

TSE. **Resolução nº 23.457, de 15 de dezembro de 2015**.. Disponível em: < <http://www.tse.jus.br/legislacao-tse/res/2015/RES234572015.html>> Acesso em: 21/12/2017

TSE. **Resolução nº 20.034, de 27 de novembro de 1997**.. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/legislacao-tse/res/1997/RES200341997.htm>> Acesso em: 21/12/2017

WEBER; M.H.; LUZ, A.J.A; BARRERAS, S.B. **Equação da política provisória**: a propaganda eleitoral para governador do RS em 2014. XIV ENCONTRO NACIONAL CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO **Anais...** Brasília, 2015.

WEEKS, Jeffrey. O corpo e a sexualidade. In: LOURO, Guacira (Org.). **O corpo educado**: pedagogias da sexualidade. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. p. 37-82.

WOMEN in Politics: 2017. IPU. Disponível em:
<https://www.ipu.org/resources/publications/infographics/2017-03/women-in-politics-2017?utm_source=Inter-Parliamentary+Union+%28IPU%29&utm_campaign=550dedbec7-EMAIL_CAMPAIGN_2017_02_23&utm_medium=email&utm_term=0_d1ccee59b3-550dedbec7-258891957> Acesso em: 21/12/2017.

ANEXO 1 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável ONU

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável guiarão as políticas das nações signatárias da ONU e as atividades de cooperação internacional nos próximos quinze anos, sucedendo e atualizando os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio. São eles:

Objetivo 1. Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares;

Objetivo 2. Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável;

Objetivo 3. Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades; Objetivo 4. Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;

Objetivo 5. Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas;

Objetivo 6. Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todos; Objetivo 7. Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia para todos;

Objetivo 8. Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos;

Objetivo 9. Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;

Objetivo 10. Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles;

Objetivo 11. Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis;

Objetivo 12. Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis;

Objetivo 13. Tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima e seus impactos;

Objetivo 14. Conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável;

Objetivo 15. Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda de biodiversidade;

Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis;

Objetivo 17. Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

Com o apoio de 191 países a Organização das Nações Unidas (ONU) estabeleceu em 2000 os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio. São eles: 1 - Acabar com a fome e a miséria; 2 - Oferecer educação básica de qualidade para todos; 3 - Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres; 4 - Reduzir a mortalidade infantil; 5 - Melhorar a saúde das gestantes; 6 - Combater a Aids, a malária e outras doenças; 7 - Garantir qualidade de vida e respeito ao meio ambiente; 8 - Estabelecer parcerias para o desenvolvimento.

APÊNDICE 1 – Decupagem Programa em Bloco do PMDB

Programa: O presidente certo na hora certa

Criação: Elsinho Mouco

Descrição: O programa do PMDB tem como cenário o Palácio do Planalto em Brasília, e a condução de Fernanda Hamacek, creditada como apresentadora, e presente em todo o programa. O vídeo também conta com depoimentos de mulheres que serão apresentadas em seguida, dois homens de distinção do partido, populares e um narrador em off. Michel Temer aparece algumas vezes, mas não fala.

As cores predominantes são frias, com branco, cinza e azul claro em destaque. As imagens aéreas mostram a grandiosidade do Palácio que conforme a apresentadora remete à transparência, clareza e luminosidade. O texto do roteiro se foca em passar confiança no governo Temer ao telespectador. Ao longo do vídeo onze mulheres do PMDB, entre eleitas e ocupantes de cargos argumentam sobre a importância das reformas propostas pelo novo governo identificado por todas: “Presidente Temer, Governo Temer e Presidente Michel Temer”. Há também a participação de dois homens do partido, mas estes não usam as mesmas das Mulheres. Foram nove os populares ouvidos, sendo cinco mulheres e quatro homens.

Michel Temer aparece no vídeo três vezes, sempre sozinho no Palácio do Planalto. Durante a peça audiovisual o recurso de narração em off é utilizado com a fala de um homem que finaliza o programa com o slogan: “O presidente certo na hora certa”.

Vídeo	Áudio
Cena 1	
Imagem aérea do Palácio do Planalto. O movimento da câmera inicia na lateral e vai subindo conforme mostra a fachada do edifício	Narração em off apresentadora: Palácio do Planalto
Cena 2	
Mulher branca, magra, alta, loira e de olhos azuis veste calça, blusa e blazer brancos. O cabelo está preso em um coque baixo e ela usa anéis e brincos com pedras grandes e transparentes. Enquanto caminha na parte externa do térreo do Palácio ela fala olhando para a câmera.	Apresentadora: A obra arquitetônica de Oscar Niemeyer é e inspira transparência, luminosidade, clareza. A cada passo um novo espaço se abre. O Palácio é, em si
Cena 3	
Imagem aérea da entrada do Palácio. Câmera passeia pela entrada	Apresentadora em off: um convite à reflexão, a estender e olhar os pensamentos. Por isso a visão mais ampla e abrangente que ele tem a oferecer é de dentro pra fora.
Cena 4	
Apresentadora em close ainda do lado de fora do Palácio	Apresentadora: Porque é daqui que se olha se pensa e se faz o Brasil. O palácio do planalto não foi concebido para os que querem nele se entrincheirar
Cena 5	
Apresentadora em plano médio ainda do lado de fora do Palácio. Câmera faz um leve movimento de pan	Apresentadora: E se manter a qualquer custo no poder. Não. O Palácio não é endereço fixo de ninguém. Quem por aqui passar tem o dever de deixar para o próximo que chega um Brasil em ordem e pronto para ser um país cada vez melhor.
Cena 6	
Câmera que estava de fora do Palácio cruza pelos guardas presidenciais que estão de sentinela e entra no edifício.	Apresentadora off: O avanço da gestão pública
Cena 7	
Um porta se abre e a câmera entra em uma sala com grandes janelas de vidro e móveis claros	Apresentadora off: Estão sendo feitos em todas as frentes. O que se quer é um estado responsável, moderno, eficiente
Cena 8	
Sentado em uma cadeira em frente a uma mesa Michel Temer olha para o horizonte antes de escrever em um papel que está a sua frente. A Câmera se aproxima.	Apresentadora off: responsável, moderno, eficiente. O relacionamento com o Congresso mudou. Agora há diálogo e, consequentemente, medidas urgentes
Cena 9	
Apresentadora em primeiro plano no lado de fora do Palácio.	Apresentadora: E do maior interesse tem sido aprovadas com a agilidade e a urgência que o país pede. Sem essa dinâmica na política o país não anda. Já se tem a confiança de setores importantes da sociedade que viram nas reformas
Cena 10	
Temer sobe uma rampa íngreme e curva na parte interna do Palácio.	Apresentadora off: E principalmente na inabalável disposição em fazê-las um caminho seguro para retomada do crescimento.
Cena 11	
Apresentadora em primeiro plano no lado de fora do Palácio.	Apresentadora: Daqui a pouco os resultados proporcionados por essas reformas serão

Na lateral direita da tela surge o texto em amarelo e logo fica branco “Mais saúde e Educação”.	sentidos na vida de cada brasileiro com saúde e educação recebendo os maiores investimentos.
Cena 12	
Teresa Surita surge em primeiro plano e dá seu depoimento olhando para a câmera. Não é possível identificar onde ela está, apenas que há uma parede de vidro pela qual a luz entra. Os Cabelos loiros e soltos escondem o grande brinco que ela usa. Veste uma blusa salmão e maquiagem leve no rosto. Na lateral direita surge o texto: Teresa Surita e abaixo prefeita de Boa Vista. Durante a fala as expressões “Compromisso”, “Eficiência traz estabilidade”, “Empregos estão voltando” surgem na tela	Teresa: O Brasil tem hoje uma equipe econômica da maior competência, como há muito não se via. Crédito total do presidente Michel Temer. Ele soube reunir nomes de expressão e credibilidade afinados em torno de um só objetivo: trazer de volta a estabilidade e os empregos que foram tomados dos trabalhadores. Os resultados estão aí e já superam expectativas. O país está saindo da recessão, a inflação está dentro da meta, os juros caíram. Com essa queda dos juros, o crédito vai aumentar e com mais crédito voltam os investimentos e os empregos. Volta a confiança no país.
Cena 13	
Erika Filippeli surge também em primeiro plano para dar o seu depoimento olhando para a câmera. Loira de cabelos de comprimento médio e ondulados, olhos claros. Veste blusa branca e não é possível identificar onde ela está, apenas que há luminosidade e móveis claros. Na lateral direita da tela surge o nome Erika Filippeli e abaixo Presidente do PMDB Mulher DF. Durante a fala as expressões “Mais de 30 bilhões”, “Dinheiro vivo no seu bolso” surgem na tela.	Erika: Agora gente o que deixou o Brasil todo feliz foi a ideia do Presidente Temer em liberar as contas inativas do Fundo de Garantia. Um sucesso. Com isso mais de 30 bilhões de reais entrarão em circulação no mercado. É dinheiro vivo, é dinheiro novo no bolso dos brasileiros.
Cena 14	
Homem negro de meia idade veste camisa branca. Primeiro Plano Durante a fala as expressões “Saque FGTS” surge na tela.	Homem: Eu... eu vou aproveitar pra pagar as minhas dívidas. Esse dinheiro caiu do céu!
Cena 15	
Mulher jovem loira cabelos médios ondulados. Primeiro plano. Durante a fala ela simula um avião decolando com a mão.	Mulher jovem: Eu vou é pegar o meu fundo de garantia e ó... viajar
Cena 16	
Erika em primeiro plano. Durante a fala as expressões “FGTS dobrou para 3 milhões”, “Minha casa minha vida”, “600 mil novas casas” surge na tela.	Erika: Ainda com relação ao fundo de garantia o presidente Temer dobrou o valor do saque pra aquisição da casa própria. E o programa minha casa minha vida vai receber ainda este ano dinheiro pra financiar a construção de 600 mil novas casas.
Cena 17	
Mulher de meia idade branca e cabelos escuros presos veste blusa roxa. Durante a fala a expressão “Minha casa minha vida” surge na tela.	Mulher: Seiscentas mil novas casas? Ah! Uma delas vai ser minha.
Cena 18	
Mulher na faixa dos 40 anos. Morena de cabelos lisos e soltos veste blusa cinza escuro. Usa um pequeno brinco e tem a ele morena clara. Durante a fala as expressão “Cartão reforma R\$ 5 mil a fundo perdido” surge na tela.	Mulher: A família cresceu e eu queria muito fazer um banheirinho lá em casa com o cartão reforma do presidente eu consegui o dinheiro e fazer o banheiro.
Cena 19	

Mulher jovem negra de cabelos curtos e crespos veste blusa branca. Durante a fala as expressão “regularização de moradias” surge na tela.	Mulher: Eu vou ter a minha casa de escritura passada. Agora a laje vai ser a minha. Com endereço, com cep, com tudo.
Cena 20	
Surge o texto na tela o presidente certo na hora certa	Narrador: O presidente certo na hora certa.
Cena 21	
Josi Nunes, meia idade cabelos loiros cacheados e curtos. Veste blaser branco. Na lateral esquerda da tela surge Josi Nunes e abaixo Deputada Federal. Durante a fala as expressões “12 bilhoes de reais”, “a ordem é criar empregos”, “600 mil novas casas” surgem na tela.	Josi: No agronegócio o Banco do Brasil está injetando 12 bilhões de reais. A ordem do presidente é incentivar o setor que mais cresce que mais emprega e que mais contribui para a nossa economia.
Cena 22	
Homem negro de cabelo e barbas brancas veste camisa branca. Durante a fala a expressão “200 milhões de toneladas de grãos” surge na tela.	Homem: mais de 200 milhões de toneladas de grãos. Isso é o Brasil que dá orgulho.
Cena 23	
Jéssica Sales é jovem de pele clara e cabelos escuros e ondulados. Veste camisa azul. Na lateral esquerda da tela surge Jéssica Sales e abaixo Deputada Federal. Durante a fala a expressão “modelo para o país” surge na tela.	Jéssica: O agronegócio é o setor que melhor representa o modelo de eficiência que o presidente Temer tanto acredita e quer para o Brasil. A de um país moderno, confiante e confiável.
Cena 24	
Rose de Freitas é branca e tem cabelos lisos e pretos. Na lateral direita da tela surge Rose de Freitas e abaixo Senadora. Durante a fala a expressão “na direção do crescimento” surge na tela.	Rose: Faça chuva ou sol nós vamos seguir em frente e tirar o Brasil desta grave crise. Aliás, já estamos saindo dela e a mulher do PMDB é um braço forte nessa luta.
Cena 25	
Apresentadora em primeiro plano no lado de fora do Palácio.	Apresentadora: É forte e tem a força do presidente.
Cena 26	
Fátima Pelaes, idade média, branca, cabelos castanhos e curtos, veste blusa azul escuro. Na lateral esquerda da tela surge Fátima Pelaes e abaixo Secretária Especial de Políticas para mulheres. Durante a fala a expressão “1ª Delegacia da Mulher” surge na tela.	Fátima: Para quem ainda não sabe o Presidente Michel Temer foi o responsável pela criação da primeira delegacia da mulher
Cena 27	
Apresentadora em primeiro plano no lado de fora do Palácio. Na lateral esquerda da tela surge Fernanda Hamacek e abaixo apresentadora.	Fernanda: E isso vinte e um anos antes de ser instituída a Lei Maria da Penha o que demonstra que há muito o presidente já se identificava com a causa feminina e condenava qualquer tipo de violência ou discriminação sofrida pelas mulheres.
Cena 28	
Valorização e igualdade	Fátima: Essa sua determinação se mantém, pois ele coloca entre as suas prioridades a valorização da mulher, o empoderamento feminino. Você que já é uma guerreira na vida, venha fazer parte do PMDB Mulher.
Cena 29	
Eunício Oliveira: Branco, meia idade, cabelos	Eunício: Reformar. Essa é a palavra de

pretos, levemente grisalhos, veste terno cinza e camisa branca. Na lateral esquerda da tela surge Eunício Oliveira e abaixo Senador – Presidente do Senado. Unir Reformar Crescer	ordem no Congresso Nacional em 2017. Um ano em que precisamos da cooperação de todos para colocar o Brasil no caminho do crescimento e da geração de empregos. É a hora de superar conflitos, resgatar a confiança e reforçar a credibilidade nas instituições para dar continuidade às conquistas que já alcançamos nesse curto espaço de tempo.
Cena 30	
Fernanda em primeiro plano no lado de fora do Palácio. Reforma da Previdência responsabilidade com o trabalhador brasileiro	Fernanda: A reforma da previdência é sem dúvida a de maior importância pois os estudos preveem um colapso no sistema se nada for feito agora. É um assunto de extrema urgência que diz respeito a todos deve ser discutido com lucidez e acima de interesses pessoais ou de grupos. Uma coisa é certa. Não há outra saída para garantir o direito a esse benefício. Essa reforma não é uma imposição é uma necessidade. É uma responsabilidade com o trabalhador brasileiro e o presidente Temer não vai fugir a ela.
Cena 31	
Homem idoso de cabelos brancos. Veste paletó escuro. Reforma Fiscal	Homem: Ninguém pode gastar mais do que ganha e com a Reforma Fiscal o governo está dando exemplo.
Cena 32	
Fernanda em primeiro plano no lado de fora do Palácio. Reforma Trabalhista reforma tributária	Fernanda: Mas existem outras reformas para estimular ainda mais a economia como a reforma trabalhista e a reforma tributária. Ambas vem pra criar relações mais justas tanto para empregadores como para empregados e assim abrir milhares de novas frentes de trabalho e não para por aí
Cena 33	
Marta, meia idade branca, cabelos loiros e curtos veste paletó cinza. Na lateral direita da tela surge Marta e abaixo senadora. reforma do ensino médio sonhar e realizar	Marta: Outro assunto que há mais de vinte anos vem sendo deixado de lado é a reforma do ensino médio que p presidente Temer corajosamente abraçou e sancionou. Assim como os CEUs significaram um avanço como projeto de educação inovadora a reforma do ensino médio traz para os jovens novas perspectivas de futuro de acordo com os seus interesses sua realidade e com o nosso tempo.
Cena 34	
Jovem homem negro. Usa óculos e tem os cabelos crespos compridos. Usa camiseta branca, reforma do ensino médio	Homem: Estudar para fazer aquilo que eu gosto. Essa Reforma é tudo de bom.
Cena 35	
Jovem mulher branca. Loira cabelos ondulados e compridos Fies	Mulher: Com a volta do Fies eu vou poder realizar o sonho da minha vida, poder voltar pra faculdade me formar e ganhar o mundo.
Cena 36	
Marta	Marta: Isso é necessário, é inteligente e é futuro.
Cena 37	

Fernanda em primeiro plano no lado de fora do Palácio.	Fernanda: E o futuro se escreve com mãos de especialistas.
Cena 38	
Eliane, mulher morena de meia idade tem os cabelos pretos presos em um coque. Veste blusa estampada e brincos de pérolas. Na lateral direita da tela surge Eliane Sinhasique e abaixo Deputada Estadual ACRE. Pequenas e médias empresas O dinheiro fica no país.	Eliane: E para gerar ainda mais investimentos e empregos o BNDS do governo Temer mudou de tamanho e de prioridade. Eu explico: o foco agora são as pequenas e médias empresas a prioridade está em investir em obras dentro do país.
Cena 39	
Romero Jucá, homem branco, idade média, cabelos e bigode grisalhos, usa óculos, veste paletó cinza escuro e camisa branca. Não usa gravata. Na lateral esquerda da tela surge Romero Jucá e abaixo Presidente Nacional do PMDB Nova realidade	Jucá: Agora quando mais uma vez é preciso mudar e dar um novo rumo ao país o PMDB assumiu a responsabilidade de comandar as reformas
Cena 40	
Elcione Barbalho, mulher idosa, branca cabelos loiros e curtos usa blusa branca e brincos de pérolas Na lateral esquerda da tela surge Elcione Barbalho e abaixo Deputada Federal Menor inflação nos últimos 20 anos.	Elcione: Com as reformas feitas pelo governo do PMDB o ano começou bem. A inflação de janeiro foi a menor em 20 anos
Cena 41	
Marinha Raupp mulher branca, cabelos escuros semi-presos. Na lateral direita da tela surge Maurinha Raupp e abaixo Deputada Federal. Empregos estão voltando.	Marinha: e após quase dois anos com mais demissões do que contratações o Brasil volta a gerar empregos com carteira assinada.
Cena 42	
Elcione Voar cada vez mais alto 3,7 bilhões de dinheiro novo	Elcione: Mais uma notícia boa vem da privatização dos aeroportos. O governo Temer através de leilão privatizou quatro aeroportos. Foram 3.7 bilhões que entraram nos cofres da união.
Cena 43	
Soraya Na lateral direita da tela surge Soarya Santos e abaixo Deputada Federal. Economia estável	Soraya: A agência Modys vê sinal de recuperação na nossa economia e acaba de mudar a nossa classificação para estável. Essa recuperação estava prevista só para o segundo semestre, mas já é uma realidade.
Cena 44	
Homem Risco Brasil Menor	O risco Brasil é o índice que traduz a saúde financeira do nosso país. Desde o início deste novo governo o índice diminuiu de 376 para 290 pontos
Cena 45	
Mulher Renegociação de Dívidas	Mulher: Meu pai estava a ponto de perder seu sítio que é a vida dele lá no nordeste. E com o plano de renegociação feito agora pelo presidente ele não só recuperar as suas terras como o seu nome. Ele tá feliz demais.
Cena 46	
Jucá É assim que se muda o Brasil	Jucá: Com firmeza. Segurança jurídica e uma visão moderna de desenvolvimento, vamos em pouco tempo, garantir estabilidade, crescimento e um futuro seguro para a nossa

	nação e para as próximas gerações. Esse foi, é e sempre será o nosso compromisso.
Cena 47	
Vários rostos em primeiro plano sorrindo são intercalados em sequencia e formam o mapa do Brasil	Narrador: Brasil de Temer o presidente certo na hora certa
Cena 48	
	Fernanda: Quero agradecer a todos que nos acompanharam até aqui. A você brasileiro que mesmo penalizado pela crise acredita no Brasil. Acredita que por mais difícil que possa ser a caminhada é sempre possível superar obstáculos. Acredita que ao final do governo Temer teremos um Brasil pacificado e recuperado pronto para crescer ainda mais. Obrigada pela atenção e que Deus continue iluminando o presidente nessa sua missão. Boa noite.
Cena 49	
Imagens aéreas internas do Palácio do Planalto. A câmera passeia pelo primeiro andar e vai subindo até o segundo onde encontra Michel Temer olhando para o horizonte através da enorme janela de vidro do palácio. Quando a câmera chega em Temer surge a legenda na lateral esquerda da tela Michel Temer e abaixo presidente do Brasil. A tela escurece.	Narrador: Estamos resgatando a estabilidade, a confiança os empregos e trazendo a dignidade de volta às casas das famílias brasileiras. Estamos criando para os nossos jovens perspectivas reais de futuro, de acordo com os seus sonhos, seus interesses e condizentes como o nosso tempo. Estamos despertando novamente a alegria, o prazer e o orgulho de ser brasileiro. Estamos cuidando para que daqui a algum tempo, o Brasil seja o melhor Brasil de todos os tempos. E estamos só começando.
Cena 50	
O símbolo do PMDB surge preto e branco em um fundo desfocado também preto e branco. O símbolo se torna colorido enquanto o fundo continua preto e branco e mais desfocado.	

APÊNDICE 2 – Decupagem Programa em Bloco do PT

Programa: Escolhas

Criação: Entrelinhas

O Programa do PT passa-se em São Paulo e na Paraíba. É apresentado por Letícia Viola, que é creditada como estudante de Jornalismo. Na narrativa, Fernanda é uma estudante que está produzindo um vídeo como trabalho de conclusão de curso, contando com depoimentos de mulheres populares que serão identificadas mais adiante, de um homem de distinção do partido, populares e dois narradores em off, um homem e uma Mulher. Lula também participa.

As cenas apresentadas passam-se nas ruas e nas casas dos entrevistados. A cartela de cores é quente com amarelo, vermelho e marrom predominando. O mote do roteiro audiovisual são “escolhas” com foco nos programas sociais lançados nos governos do PT.

Vídeo	Áudio
Cena 1	
Jovem com câmera fotográfica na mão. Primeiro plano	Música instrumental alegre feita por guitarra
Cena 2	
Jovem com câmera fotográfica na mão filma pessoa na rua de bicicleta. Plano Geral	Música instrumental feita por guitarra
Cena 3	
Mulher corre na rua. Plano geral	Música instrumental feita por guitarra
Cena 4	
Senhora passeia com o cachorro na rua. Plano Geral	Música instrumental feita por guitarra
Cena 5	
Rua com pessoas caminhando surge letreiro: São Paulo	Música instrumental feita por guitarra
Cena 6	
Prédios	Música instrumental feita por guitarra
Cena 7	
Jovem que aparece no início do vídeo fala olhando para a câmera e seu braço esticado parece segurar a câmera. Na parte inferior esquerda da tela surge o GC: Letícia Viola e abaixo: Estudante de jornalismo	Letícia: Meu nome é Letícia. Esse foi o nome que meu pai e minha mãe escolheram pra mim. Eu sou a primeira pessoa da minha família a entrar numa universidade. E como trabalho final do meu curso de jornalismo eu escolhi fazer um filme sobre escolhas. Música instrumental feita por guitarra
Cena 8	
Visão de cima de um cruzamento de ruas com ciclovias e faixas de segurança. Letícia escolhe para qual lado deseja atravessar.	Letícia: Sobre o direito de poder escrever a nossa própria história. Música instrumental feita por guitarra
Cena 9	
Letícia caminhando em direção a câmera aparece desfocada em plano médio surge na tela a palavra: Escolhas. Enquanto a palavra some Letícia começa a aparecer com foco na imagem.	Música instrumental feita por guitarra
Cena 10	
Homem toca guitarra na rua enquanto pessoas passam por ele. O som produzido por ele é o instrumental que acompanha o vídeo desde o início.	Música instrumental feita por guitarra
Cena 11	
Letícia senta em uma mureta na rua e tem a câmera em um tripé de frente para ela	Letícia: Eu preciso contar que Música instrumental feita por guitarra
Cena 12	
Primeira Plano de Letícia olhando p câmera	Letícia: Se não fosse o Prouni eu não teria conseguido entrar numa universidade. Música instrumental feita por guitarra
Cena 13	
Letícia caminha de costas para a câmera enquanto filma mulheres correndo.	Letícia: E foi na faculdade que eu tomei contato com a luta das mulheres Música instrumental feita por guitarra
Cena 14	
Letícia caminha em meio a uma manifestação	Letícia: com a necessidade

	Música instrumental feita por guitarra
Cena 15	
Letícia grava com a sua câmera a manifestação	Letícia: de ainda ter que lutar por igualdade e respeito. Música instrumental feita por guitarra
Cena 16	
Mulher negra sentada em sofá sorri olhando para a câmera. Ela tem os cabelos trançados e presos na parte de trás da cabeça. Veste blusa branca e casaco preto.	Letícia: Eu entendi que as mulheres tem que lutar por tudo Música instrumental feita por guitarra
Cena 17	
Mulher negra sentada em poltrona em uma sala se espera e sorri para a câmera. Ela tem o cabelo cacheado solto e veste blusa de alças amarela.	Letícia: mulheres tem que brigar por tudo Música instrumental feita por guitarra
Cena 18	
Mulher branca com cabelos pretos e lisos soltos sorri para câmera. Está sentada em uma poltrona	Letícia: Tem que ocupar cada espaço Música instrumental feita por guitarra
Cena 19	
Mulher negra de cabelos cacheados soltos sentada na beirada de uma cama de casal sorri olhando para um ponto fora da imagem	Letícia: E eu escolhi que esse filme Música instrumental feita por guitarra
Cena 20	
Mulher não branca de olhos levemente puxados e cabelos curtos e grisalhos sorri olhando para a câmera e mostra seu aparelho dentário. Ela está sentada em um sofá estampado. Veste blusa preta.	Letícia: vai contar um pouco da história dessas mulheres. Música instrumental feita por guitarra
Cena 21	
Mulher negra de cabelos lisos sentada em poltrona veste blusa bege com estampas de flores.	Música instrumental feita por guitarra
Cena 22	
Câmera passeia por um painel com fotos de várias mulheres.	Música instrumental muda para o som mais emotivo de uma sanfona. Letícia: Foi a luta dos movimentos de moradia, com a participação de muitas mulheres,
Cena 23	
Letícia mostra uma foto para a câmera. Na fotografia duas mulheres estão abraçadas em frente a fachada de uma casa.	Letícia: como a carioca Euri de Souza e a sua filha Raiane Silva
Cena 24	
Em um post-it Letícia escreve Minha Casa Minha vida e gruda na foto	Letícia: que inspirou os governos do PT a criar o Minha casa, Minha vida.
Cena 25	
Letícia pendura em um varal a foto com o post-it	Letícia: E hoje elas têm a tão sonhada casa própria.
Cena 26	
Em um port-it Letícia escreve Prouni e cola na foto de uma mulher jovem sentada no chão de um estúdio.	Letícia: Assim como eu, a Raquel aqui de São Paulo, vai virar jornalista.
Cena 27	
Letícia ergue a fotos de Raquel na altura do rosto e a mostra para a câmera	Letícia: Esse programa é fruto da luta de muitas mulheres do movimento estudantil.

Cena 28	
Letícia pega dois post-it com a palavra Fies escrita neles e cola em duas novas fotografias de mulheres sorridentes.	Letícia: Outra conquista nossa é o Fies, que também foi criado nos governos do PT. E olha duas futuras assistentes sociais
Cena 29	
Letícia pendura no varal uma das novas fotos	Letícia: que vão se formar graças ao financiamento estudantil. A paulista Márcia
Cena 30	
Letícia levanta a foto na altura do rosto de forma que a foto cubra o seu rosto e fique em foco na câmera	Letícia: e a Claudiana que é lá do Maranhão.
Cena 31	
Letícia cola o post-it com a inscrição Farmácia Popular na foto de uma mulher de meia idade sorridente	Letícia: e é de lá que vem a história da Dona Maria das Neves. Ela conta que não teria como comprar
Cena 32	
Letícia pendura no varal a foto da Dona Maria das Neves	Letícia: os remédios para pressão, coluna e colesterol, e que isso hoje, só é possível por conta do programa Farmácia Popular.
Cena 33	
Em várias cordas de varal em uma sala Letícia pendura vários retratos de mulheres identificados com diferentes post-it	Letícia: A participação feminina iluminou a política e inspirou o programa Luz para Todos.
Cena 34	
Letícia pendura a foto de Shirley com o post-it Luz para Todos	Letícia: Que hoje melhorou a vida da gaúcha Shirley Fischer.
Cena 35	
Letícia cola o adesivo Bolsa Família em mais uma foto.	Letícia: Só com mais participação política as mulheres vão conseguir diminuir o preconceito contra o Bolsa Família.
Cena 36	
Letícia pendura a foto o post-it Bolsa Família	Letícia: E é esse programa que garantia que a baiana Daniela Neves pudesse criar seu filho com dignidade.
Cena 37	
Enquanto Letícia pendura no varal o retrato de Daniela Neves o varal aos pouco vai ficando cheio de fotos	Letícia: Essas histórias são a prova de que a nossa participação na política dá resultados.
Cena 38	
Daniela sentada no sofá como na foto. No lado direito inferior da tela surge o nome Daniela Neves e abaixo beneficiária do Bolsa Família. Durante a fala de Daniela a tela escurece brevemente e retorna para a mesma cena e ela continua falando. Esse recurso é utilizado para cortar partes da fala do entrevistado de forma mais suave.	Daniela: Eu não ficava sentada de braços cruzados esperando que esse benefício chegasse. Eu fazia as minhas faxinas, eu corria atrás, mas ainda era pouco. E naquela data em que ele chegava, era uma data em que eu não tinha, por incrível que pareça, era uma data em que meu menino não tinha uma merenda, não tinha uma mistura. E era o momento em que aquele pouco que nos chegava, Nossa! Nos trazia o alimento que eu não tinha naquele dia. Foi a pessoa que olhou por nós. Eu nunca vi isso antes. A minha mãe nunca viu isso antes. A minha mãe não teve essa oportunidade.
Cena 39	
Tela escurece e retorna com um laptop sendo aberto.	Letícia: Depois de ouvir todas essas mulheres,

Cena 40	
Letícia está sentada em frente a uma mesa com o laptop aberto.	Letícia: eu decidi tentar falar com quem fez as escolhas que criaram todas essas coisas.
Cena 41	
No computador Letícia lê uma notícia com a seguinte manchete: Lula e Dilma vão à Paraíba inaugurar a transposição do Rio São Francisco. Na matéria também aparece a foto de Lula	Letícia: Eu descobri que ele vai estar na Paraíba para a inauguração das obras do Rio São Francisco.
Cena 42	
Letícia continua de frente para o computador, porém a câmera mostra de outro ponto	Letícia: Então eu decidi acompanhar isso de perto.
Cena 43	
De dentro de um carro é possível ver que está passando por uma cidade, cruzando com prédios e carros. O carro continua e o cenário muda. Vegetação escassa e seca, solo seco também. De dentro do carro Letícia observa e usa a câmera para registrar a paisagem.	A música instrumental fica mais agitada com guitarra e saxofone
Cena 44	
Letícia faz uma selfie na Praça do meio do mundo	Letícia: Descobri no caminho pra Monteiro que eu não fui a única a ter essa ideia.
Cena 45	
Na copa de uma árvore verde e reluzindo a luz do sol surge a localização: Paraíba	
Cena 46	
Uma multidão com camisetas predominantemente vermelhas, bandeiras do Brasil e do PT, profissionais da imprensa caminham na mesma direção.	A música que antes era instrumental vem agora acompanhada de uma letra cantada por um homem e com leve sotaque nordestino: "ô de casa
Cena 47	
Muitas mulheres com roupas de diferentes cores estão no meio da multidão	Ô de fora"
Cena 48	
No caminho muitas tendas foram montadas por ambulantes	
Cena 49	
Em uma barragem rasa várias pessoas se refrescam. Uma mulher segura a bandeira do PT.	Ô de fora"
Cena 50	
Em um viaduto cheio de pessoas uma bandeira do PT está estendida e várias pessoas também circulam na parte debaixo do viaduto.	Corre lá
Cena 51	
Caminhando em frente aos ônibus que chegavam com passageiros está Letícia que olha para todos os lados com atenção.	Vai ver
Cena 52	
Em uma parte rasa do rio, aos pés da ponte um grupo de pessoas se banha e comemora. Um homem de camiseta vermelha balança a bandeira do PT.	Quem é
Cena 53	
Outro grande grupo de pessoas fora da água com camisetas vermelhas e outras brancas com o rosto de Lula estampado e duas	Corre lá

bandeiras do PT podem ser vistas	
Cena 54	
Um grande boneco de Lula, no estilo dos bonecos de Olinda, passeia no meio da multidão.	Vai ver
Cena 55	
Na caçamba de um caminhão que passa pelo meio da multidão Lula e Dilma acenam para a multidão. No caminhão há assessores e outros políticos. A multidão acena e ergue bandeiras do PT.	Quem é
Cena 56	
Em meio a uma grande multidão, que ocupa um viaduto e a base dele, muitas pessoas usam camisas vermelhas e erguem bandeiras do PT	Letícia: Desci na estrada e caminhei um quilômetro e meio com a mutlidão
Cena 57	
Letícia caminha no acostamento junto com outras pessoas. Na estrada um engarrafamento de carros e ônibus	Letícia: e caminhei um quilômetro e meio com a multidão
Cena 58	
Letícia fala com diversas lideranças/personalidades locais.	Letícia: No caminho tive a oportunidade de conversar com muita gente
Cena 59	
Letícia visita trechos da obra	Letícia: Vi a grandeza da obra da transposição do Rio São Francisco.
Cena 60	
Letícia sorri ao lado de Lula no meio de várias pessoas e faz uma selfie	Letícia: e até consegui falar com o Lula
Cena 61	
Em frente a um palco as pessoas se aglomeram	São José foi quem mandou – diz a música
Cena 62	
Lula acena para o povo	Esse dia de alegria
Cena 63	
A multidão entoia o nome de Lula	
Cena 64	
Letícia limpa os olhos emocionada	Letícia: Mas acredite: o que mais me encantou mesmo
Cena 65	
Letícia caminha com Dona Quitéria em meio a uma plantação de cactos. No lado esquerdo da tela surge Quitéria Ferreira e abaixo agricultora	Letícia: Foi conversar com Dona Quitéria
Cena 66	
Letícia e Dona Quitéria sentam em um banco de madeira com os fundo voltado para a caatinga	Dona Quitéria: Desde os meus 14 anos que eu sempre fui agricultora.
Cena 67	
Dona Quitéria caminha em meio a plantação de cactos enquanto Letícia a filma	Dona Quitéria: Eu, meus filhos, meu marido, tudo plantava em conjunto.
Cena 68	
Dona Quitéria sentada close	Dona Quitéria: O mais velho saiu daqui chorando e dizendo: “Mamaãe eu vou embora dessa terra por que não tem oportunidade dessa terra pra gente sobreviver. E eu nunca vou poder ajudar vocês.”
Cena 69	
Dona Quitéria e Letícia caminham por uma	Dona Quitéria: Que só se produz com água.

estrada de chão conversando enquanto Letícia a filma com a câmera	Sem água não se produz nada não.
Cena 70	
Letícia faz uma foto de Dona Quitéria com o celular.	Dona Quitéria: Agora surgiu uma luz
Cena 71	
Dona Quitéria sentada close	Dona Quitéria: E a benção de Deus que tocou no coração de um bom administrador que eu não vou citar o nome. (risada) Que a gente já sabe quem foi
Cena 72	
Letícia e Dona Quitéria se olham sentadas no banco de madeira	Dona Quitéria: Que desengavetou o processo que estava há anos e anos que a gente só ouvia falar.
Cena 73	
Água dos rio corre entre as pedras	Dona Quitéria: A gente vê na nossa terra uma água com abundância
Cena 74	
Letícia e Dona Quitéria se olham sentadas no banco de madeira	Dona Quitéria: que a gente sabe que não é uma água provisória.
Cena 75	
Dona Quitéria dá milho para as galinhas enquanto Letícia segura ovos nas mão	Dona Quitéria: Isso dá muito orgulho na gente. E eu vi as palavras dele
Cena 76	
Dona Quitéria sentada atrás de Letícia segura a mão dela enquanto fala. Dá uma risada, bate a mão na perna e continua a falar	Dona Quitéria: dessa pessoa. Não posso citar o nome não? Letícia: Pode. Dona Quitéria: Pode? Lula-la
Cena 77	
Dona Quitéria e Letícia caminham de mãos dadas pela estrada de chão	Dona Quitéria: É uma pessoa abençoada por Deus
Cena 78	
Elas se abraçam sorridentes	
Cena 79	
Imagens de dentro do carro passando por prédios	Letícia: Voltei da Paraíba com a sensação de que um pedaço do meu coração ainda ficou por lá.
Cena 80	
Em uma sala de fundo laranja e alguns quadros pendurados Lula está sentado em uma poltrona branca e Letícia sentada na frente dele ajusta a câmera.	Letícia: E, finalmente, eu consegui gravar com o Lula
Cena 81	
Letícia ajusta a câmera	Letícia: E eu lhe perguntei sobre as escolhas que ele fez. Lula: Letícia tudo começou
Cena 82	
Lula fala para a câmera. Na lateral esquerda da tela surge o nome Lula e abaixo presidente de Honra do PT. Lula gesticula com as mão enquanto fala.	Lula: com o movimento sindical e a construção do PT. O partido foi criado para que a política do nosso país deixasse de ser feita só pra atender os interesses de uma minoria privilegiada. Lutamos para que os trabalhadores ampliassem seus direitos e oportunidades. E a gente não pode esquecer que quando chegamos ao governo o nosso maior desafio era garantir que todo brasileiro pudesse fazer três refeições por dia. Letícia, eu sempre acreditei no povo brasileiro. Eu sei

	que não fizemos tudo, mas tenho muito orgulho de tudo o que o PT fez pelo Brasil. Eles sempre fizeram pra poucos. Nós fazemos pra todos.
Cena 83	
Letícia ajusta a câmera em outro cenário.	Letícia: É interessante como duas pessoas podem usar a mesma caneta
Cena 84	
De frente para a câmera letícia analisa folhas ao fundo dois painéis vazios. Uma parede é branca e a outra é verde. Ela fixa notícias que estavam impressas nas folhas nos dois painéis.	Letícia: De modos completamente diferentes. A caneta de um presidente é a mesma usada por outro. O que muda é quem escreve com ela. E isso muda o que é escrito.
Cena 85	
Manchete de uma notícia da BBC: PIB do Brasil cresce 7.5% em 2010 e tem maior alta em 24 anos.	Narração em off feminina: PIB do Brasil tem maior alta em 24 anos.
Cena 86	
Manchete Portal Brasil: Onu diz que Minha Casa Minha Vida é exemplo para o mundo.	Narração em off masculina: Onu diz que Minha Casa Minha Vida é exemplo para o mundo.
Cena 87	
Manchete Exame.com: FGV: 29 milhões de brasileiros entraram na classe média	Narração em off feminina: 29 milhões de brasileiros entraram na classe média
Cena 88	
Manchete CBN: Dilma afirma que mais médicos já beneficia 33 milhões de pessoas em todo o país.	Narração em off masculina: Mais médicos já beneficia 33 milhões de pessoas
Cena 89	
Manchete R7: Era Lula gera mais empregos que governos FHC, Itamar, Collor e Sarney juntos	Narração em off feminina: Era Lula gera mais empregos que governos FHC, Itamar, Collor e Sarney juntos
Cena 90	
Imagem em branco e preto com a manchete da Istoé: Governo Temer suspende todas as novas contratações do Minha casa Minha vida	Narração em off feminina com eco: Temer suspende todas as novas contratações do Minha casa Minha vida
Cena 91	
Manchete Agência Brasil: Governo cancela 469 mil benefícios do Bolsa Família e bloqueia 667 mil	Narração em off masculina com eco: Governo cancela benefícios do Bolsa Família
Cena 92	
Manchete Uol: Reforma ameaça aposentadoria do agricultor familiar, que provê 70% do país	Narração em off feminina com eco: Reforma ameaça aposentadoria
Cena 93	
Manchete: Desemprego atinge patamar recorde de 13,5 milhões de pessoas	Narração em off masculina com eco: Desemprego atinge patamar recorde
Cena 94	
Manchete The Huffington Post: Em áudio, ministro de Temer fala em pacto para barrar investigação da Lava Jato	Narração em off feminina com eco: ministro de Temer fala em pacto para barrar Lava Jato
Cena 95	
Rui Falcão em uma sala clara, de camisa azul clara está em frente a Câmera mas não olha para ela. Na lateral direita surge o nome Rui Falcão e abaixo presidente do PT.	Rui: Olha Letícia, disseram que se tirassem o PT do governo, tudo ia melhorar. Que os golpistas iam acabar com a corrupção. É uma grande mentira, porque foi no governo do PT que o país mais cresceu. E foi no nosso governo que mais se combateu a corrupção.

	O que eles querem, com acusações falsas, mentiras, perseguição, é impedir que o Lula volte a ser presidente. O Brasil precisa de um governo eleito pelo povo pra rotomar o caminho da democracia do crescimento e da justiça social.
Cena 96	
Letícia ajusta a câmera	Lula: Nós sabemos qual é o caminho e já mostramos isso
Cena 97	
Lula sentado	Lula: O Brasil cresce quando tem mais emprego, mais salário, mais renda e as pessoas têm mais crédito para comprar o que precisam.
Cena 98	
Lula outra camera	Lula: Descobrimos e exploramos a enorme riqueza do pré-sal dobrando a produção de petróleo no país. Criamos oportunidades para os jovens, com o Prouni, com o Fies e as escolas técnicas e o Pronatec.
Cena 99	
Lula sentado	Um país que fez tudo isso em apenas 12 anos, que chegou perto de ser a quinta economia do mundo, pode retomar o caminho do crescimento. Pode fazer muito mais. Mas agora estão tratando o nosso povo como se ele fosse o responsável pelos problemas do Brasil. Aprovaram uma terceirização que tira os direitos históricos dos trabalhadores. Querem dificultar a aposentadoria, congelar a verba para educação e saúde, e ameaçam os programas sociais. Isso, é uma grande injustiça. O povo não é o problema. O povo sempre foi a solução. Quanto mais gente trabalhando, gerando renda, recebendo aposentadoria, mais a economia cresce e mais o país melhora. O povo brasileiro tem o direito de escolher o caminho que quer trilhar. Nós do PT estaremos sempre ao seu lado para construir um país melhor para todos
Cena 100	
Letícia cumprimenta Lula após a entrevista com um aperto de mão e um abraço	Letícia: Presidente eu queria te agradecer.
Cena 101	
Letícia caminha na rua com a câmera na mão filmando. Surge na tela a palavra escolhas	Letícia: A coisa mais preciosa que a gente tem na vida é a possibilidade de fazer escolhas. E é por isso que a gente tem que lutar
Cena 102	
Manifestação na rua em branco e preto. A palavra Escolhas continua na tela	Letícia: Pra garantir esses direito.
Cena 103	
Letícia está no meio da multidão filmando. No alto falante a voz de uma mulher entoa palavras de ordem	Mulher: Aposentadoria fica. A multidão repete: Aposentadoria fica.
Cena 104	
Na multidão um cartaz: Levante-se contra a reforma da previdência. Outro cartaz pode ser visto parcialmente: Mulher sem Temer. No canto superior esquerdo da tela a frase:	Mulher: Temer sai.

Participe da greve geral no dia 28 de abril	
Cena 105	
A estrela vermelha do PT começa a se formar em um fundo branco e abaixo a frase Filie-se ao PT surge também.	A multidão repete: Temer sai