

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

Renata de Souza Huallem Pasquinelli

**Os Programas Eleitorais do Segundo Turno das Eleições Presidenciais de
2014: Uma Análise Comportamental**

DOUTORADO EM PSICOLOGIA EXPERIMENTAL:
ANÁLISE DO COMPORTAMENTO

SÃO PAULO
2015

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO PUC-SP
PROGRAMA DE ESTUDOS PÓS GRADUADOS EM
PSICOLOGIA EXPERIMENTAL: ANÁLISE DO COMPORTAMENTO

**Os Programas Eleitorais do Segundo Turno das Eleições Presidenciais de
2014: Uma Análise Comportamental**

Renata de Souza Huallem Pasquinelli
Orientadora: Prof^a. Dr^a. Maria Amalia Pie Abib Andery

SÃO PAULO
2015

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

Renata de Souza Huallem Pasquinelli

**Os Programas Eleitorais do Segundo Turno das Eleições Presidenciais de
2014: Uma Análise Comportamental**

DOUTORADO EM PSICOLOGIA EXPERIMENTAL:
ANÁLISE DO COMPORTAMENTO

Tese apresentada à Banca Examinadora
como exigência parcial para obtenção do
título de Doutor em Psicologia
Experimental: Análise do Comportamento
pela Pontifícia Universidade Católica de
São Paulo, sob orientação da Prof^aDr^a Maria
Amalia Pie Abib Andery.

Projeto parcialmente financiado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de
Pessoal de Nível Superior - CAPES

SÃO PAULO
2015

Banca Examinadora:

Autorizo, exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial dessa tese, por processos de fotocopiadoras ou eletrônicos.

São Paulo, 10 de Março de 2015.

Assinatura _____

Local e data _____

*Para meus amados filhos, meus pais e meu
companheiro. Para minha orientadora Maria
Amália, a minha “coração valente”. Amo
você!*

AGRADECIMENTOS

Aos meus filhos, Felipe e Maria Cecília, por terem compreendido a importância deste trabalho para mim e terem tido paciência para aguentar minhas ausências e sempre com seu amor reabastecerem minhas forças.

Aos meus pais. Alfredo e Eduarda, por todo suporte e amor que me deram em todo este período e por terem me ensinado a não desistir mesmo diante de dificuldades. Vocês são um exemplo de vida para mim.

Ao meu marido, Alessandro, pelo companheirismo e por em vários momentos ter sido pai e mãe dos nossos filhos.

À toda minha família que torceu por mim e acreditou que eu seria capaz.

À minha vó por toda a torcida e reza.

Ao meu primo Thomás Carvalho por ter com toda paciência ter conferido minhas transcrições e pelo carinho que sempre me tratou.

À minha prima Adriana que cuidou dos meus filhos para mim. Obrigada.

À minha amiga Anna Beatriz que me deu apoio em momentos de desespero, me deu suporte emocional e mais que isso foi de uma generosidade ímpar em sua disponibilidade em me ajudar.

À minha querida amiga Mariana Souza por estar ao meu lado neste momento e de ter sido generosa em me ajudar.

À Lu, obrigada pela disposição em ajudar, pelas risadas e pitos.

Aos meus amigos para a vida: Júlia guedes, Clarissa Pereira, Mateus Pereira, Ana Fonai, Paulo Grilo, Yara Niko, Carol Perronita e Felipe Corchs por sempre me ajudarem a recarregar e aquecer as baterias.

À Maria Amalia por toda ajuda e força para que este trabalho ficasse pronto. Você sempre será fundamental em minha vida. Obrigada por tudo!

Ao Roberto Banaco por ter aceitado ser da minha banca e por ter sido minha primeira inspiração como Analista do Comportamento e por isso mudado meu destino. Obrigada, Roberto, sem você nenhum desses caminhos teriam sequer começado.

À Dinalva por ter me incentivado a fazer o Doutorado, pelo ombro amigo em momentos difíceis e pelas risadas nos momentos leves. Você sempre é uma grande amiga. Obrigada por tudo!

As professoras do programa que contribuíram na minha formação e possibilitaram de diversas maneiras para que eu terminasse o trabalho.

Aos membros da banca por aceitarem avaliar o meu trabalho e pelas contribuições dadas na qualificação.

À Maria pela ajuda, principalmente, na indicação de referências bibliográficas. Obrigada!

PASQUINELLI, R. S. H. (2015). Os Programas Eleitorais do Segundo Turno das Eleições Presidenciais de 2014: Uma Análise Comportamental. Tese de Doutorado. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

Orientadora: Maria Amalia Pie Abib Andery

Linha de Pesquisa: Desenvolvimento de Metodologias e Tecnologias de Intervenção – O produto do comportamento verbal e o controle do comportamento.

RESUMO

A partir da proposta de análise da construção do conhecimento socialmente construído e das representações sociais sob a ótica da Análise do Comportamento (Guerin, 1992) e de trabalhos que analisam o papel da mídia neste processo. Este estudo analisou os Programas Eleitorais Gratuitos do segundo turno das eleições presidenciais de 2014. As questões que nortearam a análise foram avaliar se a mídia impressa e as pesquisas de intenção de voto afetam o conteúdo dos programas, identificar diferenças nas respostas verbais dos candidatos quanto a emissão de respostas que se assemelhem a tatos, a intraverbais ou a utilização de repetição de certos conteúdos. Os programas foram divididos em cenas e estas foram classificadas quanto a: falantes, imagens, temas, valoração e se eram positivas ou negativas. Os principais resultados revelaram: há interferência das manchetes exibidas na mídia impressa sobre os temas abordados; as pesquisas de intenção de voto controlam para qual ouvinte o programa se destina, os programas apresentaram diferenças na emissão de respostas que poderiam ser tatos, intraverbais ou no uso de repetições de cenas. A partir da análise se conclui que a depender destas diferenças entre os programas um pode ser mais eficiente que outro em alterar o comportamento do eleitor.

Palavras-chave: eleições presidenciais 2014, representações sociais, comportamento verbal e mídia.

PASQUINELLI, R. S. H. (2015). The Second Round Electoral Programs Of The 2014 Presidential Elections: a behavioral analysis. Doctoral Dissertation. São Paulo: Catholic University of São Paulo.

Advisor: Maria Amalia Pie Abib Andery

Research Line: Development of Methodologies and Intervention Technologies - The product of verbal behavior and the control of behavior.

ABSTRACT

Based on the proposed analysis of socially constructed knowledge and social representations in a Behavior Analytic perspective (Guerin, 1992) and on studies that analyze the role of the media in this process, the present study analyzed the second round electoral programs of the 2014 presidential elections. The questions that guided the analysis was to evaluate if the print media and the voting polls affect the content of electoral programs, identify differences in verbal responses of the candidates as the responses resemble tacts, intraverbals or use of subject repetition. The programs were divided into scenes and these scenes were classified as: speakers, pictures, themes, valuation and whether they were positive or negatives. The main results were: there is interference of the press headlines on the topics covered in the electoral program; the voting polls control to which listener the electoral program is intended to, the programs show differences in the responses that could be tacts, intraverbals or use of scenes repetition. From the analysis of the data it is concluded that depending on these differences (between the programs) one electoral program can be more efficient than the other in changing the voter behavior.

Key-words: 2014 presidential elections, social representations, verbal behavior and media.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	x
LISTA DE TABELAS	xii
INTRODUÇÃO	Erro! Indicador não definido.
A Mídia e o controle do comportamento.	15
Marketing: dos princípios do marketing a sua utilização na esfera política	32
Contextualizando a disputa presidencial de 2014: PT e PSDB, 20 anos de polarização.....	36
Fundação dos partidos	36
Eleições de 1994 e de 1998: Lula, PT <i>versus</i> Fernando Henrique Cardoso, PSDB.....	37
Eleição 2002: Lula, PT <i>versus</i> José Serra, PSDB	39
Eleição 2006: Lula, PT <i>versus</i> Geraldo Alckmin, PSDB	40
Eleição de 2010: Dilma Rousseff, PT <i>versus</i> José Serra, PSDB.....	41
Mandato Dilma 2010-2014	42
Eleição de 2014: Dilma Rousseff, PT <i>versus</i> Aécio Neves, PSDB.....	43
Resultados do Primeiro turno da eleição presidencial de 2014.....	44
Fator: Falecimento Eduardo Campos (PSB) e ascensão de Marina Silva (PSB)	46
Manutenção e Conquista de Novos Votos	47
Dilma Rousseff (PT) – Manutenção dos votos: perfil dos eleitores do primeiro turno.....	47
Dilma Rousseff(PT) – Conquista de novos eleitores - desafios a serem enfrentados a partir de pontos negativos detectados no primeiro turno.....	49
Aécio Neves (PSDB) – Manutenção de votos (perfil dos eleitores do primeiro turno)	50
Aécio Neves (PSDB) – Conquista de novos eleitores – desafios a serem enfrentados a partir de pontos negativos detectados no primeiro turno.....	51
MÉTODO	54
Procedimento.....	54
1. Seleção de fontes.....	54
2. Preparação para análise de dados.....	54
2.1. Transcrição.....	54
2.2. Descrição e classificação das cenas.....	55

2.2.1. O Falante	55
2.2.2. Imagens	56
2.2.3. Temas	57
2.2.4. Valoração.....	58
2.2.5. Imagem positiva (a favor do candidato) ou negativa do outro candidato (contra o adversário).....	59
2.3. <i>Organização dos dados para análise</i>	59
2.3.1. Classificação dos programas de televisão.....	59
2.3.2. Contextualização dos temas destacados	60
RESULTADOS	62
Organização e Apresentação dos dados.....	62
Resultados por dia de programa.....	63
Primeiro Programa - 09 / 10/ 2014	63
Segundo programa - 10/10/2014.....	68
Terceiro programa- 11/10/2014	72
Quarto programa – 12/10/2014.....	74
Quinto programa – 13/10/2014	78
Sexto programa – 14/10/2015.....	81
Sétimo programa – 15/10/2014.....	85
Oitavo Programa – 16/10/2014	88
Nono programa – 17/10/2014	91
Décimo programa 18/10/2014.....	95
Décimo primeiro programa – 19/10/2014.....	98
Décimo terceiro dia de programa - 21/10/2014.....	105
Décimo quinto programa – 23/10/2014.....	110
Décimo sexto programa – 24/10/2014	113
A título de breve síntese	117
CONSIDERAÇÕES FINAIS	121
REFERÊNCIAS	128
ANEXOS	133

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Porcentagem de votos válidos, por região e candidato, no primeiro turno da eleição presidencial de 2014.....	44
Figura 2. Índice de analfabetismo, percentual das pessoas com 15 anos ou mais e renda percapita das regiões brasileiras 1985 a 2005.....	48
Figura 3. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do pt e psdb no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 09/outubro/2014. (as colunas em branco sinalizam a mudança de cenas)...	67
Figura 4. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do pt e psdb no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 10/outubro/2014. (as colunas em branco sinalizam a mudança de cenas)...	71
Figura 5. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do pt e psdb no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 11/outubro/2014.....	73
Figura 6. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do pt e psdb no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 12/outubro/2014.....	77
Figura 7. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do pt e psdb no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 13/outubro/2014.....	80
Figura 8. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do pt e psdb no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 14/outubro/2014.....	84
Figura 9. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do pt e psdb no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 15/outubro/2014.....	87
Figura 10. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do pt e psdb no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 16/outubro/2014.....	90
Figura 11. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do pt e psdb no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 17/outubro/2014.....	94
Figura 12. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do pt e psdb no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 18/outubro/2014.....	97
Figura 13. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do pt e psdb no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 19/outubro/2014.....	101
Figura 14. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do pt e psdb no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 20/outubro/2014.....	104
Figura 15. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do pt e psdb no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 21/outubro/2014.....	106

Figura 16. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do pt e psdb no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 22/outubro/2014	109
Figura 17. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do pt e psdb no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 23/outubro/2014	112
Figura 18. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do pt e psdb no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 24/outubro/2014	116

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Exemplo de classificação de cena	60
Tabela 2. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 08/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do brasil	64
Tabela 3. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 09/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do brasil	68
Tabela 4. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 10/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do brasil	72
Tabela 5. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 11/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do brasil	75
Tabela 6. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 12/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do brasil	78
Tabela 7. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 13/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do brasil	81
Tabela 8. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 14/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do brasil	85
Tabela 9. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 15/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do brasil	88
Tabela 10. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 16/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do brasil	92
Tabela 11. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 17/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do brasil	95
Tabela 12. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 18/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do brasil	99
Tabela 13. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 19/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do brasil	102
Tabela 14. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 20/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do brasil	105
Tabela 15. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 21/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do brasil	108
Tabela 16. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 22/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do brasil	111
Tabela 17. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 23/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do brasil	114

A eleição presidencial de 2014 foi marcada, principalmente no segundo turno, por uma disputa acirrada e polarizada entre dois candidatos representantes de dois partidos políticos, que nos últimos 20 anos se tornaram os grandes opositores diante da opinião pública como representantes de distintos modelos políticos: o PSDB e o PT.

Disputa esta que tem se repetido, principalmente nas últimas quatro eleições: Lula (PT) e José Serra (PSDB) em 2002 e Lula (PT) e Geraldo Alckmin (PSDB) em 2006, em 2010 a oposição se deu entre Dilma Rousseff (PT) e José Serra (PSDB). Em 2014, a disputa foi mais intensa e acirrada entre Dilma Rousseff, candidata à reeleição pelo PT, e Aécio Neves, representante do PSDB.

Nas últimas quatro eleições os candidatos representantes do PT saíram vitoriosos, sendo que esta última, de 2014, foi mais acirrada e disputada, com as pesquisas de intenção de voto apontando empate técnico até a penúltima pesquisa apresentada (Ibope e Datafolha, 2014). O resultado final da eleição foi a vitória da candidata Dilma Rousseff (PT) com 51,64% dos votos sobre 48,36% de Aécio Neves (PSDB). A história da disputa PT x PSDB e uma descrição pormenorizada do segundo turno das eleições presidências de 2014 serão abordadas nos tópicos “*Contextualizando a disputa presidencial de 2014: PT e PSDB, 20 anos de polarização*” e “*Eleições 2014*”, respectivamente.

O processo eleitoral democrático brasileiro, nos moldes conhecidos atualmente, consiste em que a população, sem distinção de classe social, gênero, região e/ou instrução, entre 18 e 70 anos, tem a obrigatoriedade de votar e escolher seus representantes legislativos e executivos, abrindo a possibilidade para que cidadãos a partir de 16 anos, acima de 70 anos, ou analfabetos votem facultativamente. No Brasil também a campanha para Presidente da República (e outras) se realiza em dois turnos, caso nenhum candidato tenha maioria de votos no primeiro turno, sendo o segundo turno uma disputa entre os dois mais votados.

Durante o processo eleitoral os candidatos, seus correligionários e seus eleitores emitem comportamentos, principalmente verbais, objetivando garantir sua escolha e portanto, a eleição de um indivíduo. Este processo constitui a campanha eleitoral.

Com base no que se classifica como marketing eleitoral, as campanhas de cada candidato definem o que chamam perfis dos diversos grupos constituintes da população total e os conteúdos e imagens que seu candidato deve exibir, a fim de manter os votos de seus eleitores e de conquistar novos grupos de eleitores.

A campanha eleitoral utiliza todos os recursos disponíveis para fazer que seu candidato atinja o maior número possível de eleitores e para que esses eleitores se identifiquem com sua figura, ideologia e propostas. Muitos instrumentos são usados, desde os mais antigos, caracterizados pelo contato direto com grupos de eleitores (comícios, passeatas, caminhadas e visitas a determinadas regiões do país), até as ferramentas atuais de mídia¹ que, ao longo dos anos, têm aumentado sua abrangência (jornal, rádio, televisão, redes sociais).

Na última eleição presidencial brasileira, durante quase todos os 20 dias de campanha do segundo turno, entre o dia 06 de Outubro e 26 de Outubro de 2014, data da votação para o segundo turno, todas essas ferramentas de campanha foram exaustivamente utilizadas.

Devido à maior abrangência dos meios midiáticos, as campanhas concentraram, como tem acontecido, muito do seu esforço nos instrumentos que envolvem a mídia.

Estudos que descrevam e analisem como candidatos e campanhas influenciam e mudam os comportamentos de indivíduos e grupos de indivíduos relacionados com eleições, e em última instância o comportamento de votar (escolher um nome na urna), são importantes para candidatos e para eleitores, além de serem valiosos para todos aqueles interessados no estudo do

¹ A mídia foi descrita como veículo na apresentação de estímulos (Rakos, 1993) e como agência de controle (Martone, 2003). No presente trabalho, a mídia será tratada, em geral, como veículo para o controle do comportamento a serviço de outras agências de controle. Televisão, rádio, cinema. Jornais, revistas e a Internet são chamadas de mídias.

comportamento humano. Mais especificamente, estudos que busquem identificar e discutir as variáveis de controle sobre o comportamento, estabelecidas via mídia, são relevantes pela abrangência que têm tais variáveis.

A Mídia e o controle do comportamento.

Para a descrição de variáveis que afetam o comportamento, na relação de controle entre a mídia e o comportamento humano, uma longa trajetória foi percorrida pelos analistas do comportamento.

A tentativa de analistas do comportamento de descrever e analisar as relações de controle exercidas pela cultura e pelo grupo sobre o comportamento dos indivíduos já foi esboçada, "*Ciência e Comportamento Humano*", em 1953, quando Skinner apresentou os primeiros passos para a compreensão de processos que caracterizam o comportamento social e cultura, e propôs o comportamento social como "o comportamento de duas ou mais pessoas uma em relação à outra ou em conjunto em relação ao ambiente comum" (Skinner, 1953, p.322)

Skinner (1953) destaca que o comportamento social é aquele em que um indivíduo ou seu comportamento é ambiente para o comportamento de outro indivíduo; é, portanto, comportamento mediado: sua seleção e/ou sua evocação depende de outros. Em função desta característica, o comportamento social é mais extenso e mais flexível que o não social, ou seja, pode mais facilmente se moldar a novas exigências do ambiente quando este muda.

Skinner (1953) ainda aponta que devido a importância do reforço social na vida de um organismo os estímulos sociais, que são as respostas emitidas por outros ou os produtos de tais respostas, passam a ser detectados, ou ainda, discriminados, de maneira muito eficiente e, assim, mesmo estímulos ou dimensões de estímulos com características físicas muito sutis passam a ter função comportamental: de estímulo discriminativo, reforçador ou eliciador.

Ainda importante para o presente trabalho é a afirmação que Skinner (1953) faz sobre o quanto estímulos produzidos pelo outro que se caracterizam como ambiente social não têm em si mesmos características rígidas ou físicas que determinem sua função discriminativa ou reforçadora. Tais funções, assim como as características relevantes dos estímulos, são estabelecidos por causa das contingências que participam, como ocorre nos processos comportamentais que não envolvem comportamento social. Isto se torna importante pois faz com que se reconheça que as funções do ambiente os comportamentos dos indivíduos são determinadas pela história de vida individual e social, ou ainda, cultural.

Relevante ainda que os padrões de comportamento e os estímulos produzidos que são descritos e classificados como potencialmente reforçadores ou aversivos para outros assumem tais funções também pelo uso de termos descritivos pareados a tais comportamentos ou estímulos. Adjetivos tais como “amigável” ou “agressivo”, certo ou errado, bom ou mal são eles mesmos estímulos que adquirem funções especificamente reforçadoras ou aversivas construídas na história de vida de cada um e pela cultura. Comportamentos ou estímulos pareados com esses “descritores” assumem potencialmente a mesma função de tais descritores. Assim, muito controle social pode ser e é exercido cotidianamente nas relações interpessoais, transforando-se ações e estímulos em reforçadores ou aversivos pela mediação de outros e de rótulos.

Com base em tal análise, e outros argumentos que não são importantes aqui, Skinner reconheceu desde muito cedo a importância da linguagem e deu mais um passo para a compreensão do comportamento social em *O Comportamento Verbal* (1957), quando o propôs programa de pesquisa para o entendimento da linguagem e uma nova maneira de conceituar e tratar o fenômeno da linguagem como comportamento operante que guarda características especiais. De acordo com Andery e Sérgio (2002) que sintetizam Skinner: “comportamento verbal é comportamento operante que é reforçado pela mediação de outras pessoas que foram especialmente preparadas para reagir como mediadores” (p.124).

Na proposta skinneriana a unidade de análise do comportamento verbal é a tríplice contingência, composta pelos estímulos antecedentes, a resposta verbal propriamente dita e as suas consequências. Tal contingência se marca por duas condições: a de que o primeiro efeito da resposta se dá sobre outro indivíduo - o ouvinte - e a de que, além de outros estímulos que participam da condição antecedente, sempre há a presença de outro indivíduo como audiência. Ao longo de sua obra, Skinner trata o ouvinte como mediador do comportamento verbal do falante, destacando as consequências do comportamento operante do falante. Destaca também o mediador como audiência que teria então função de estímulo antecedente evocativo da resposta verbal e determinaria a ocorrência do comportamento verbal, selecionaria um subgrupo linguístico de respostas e controlaria os temas sobre os quais se fala (Skinner, 1957, p. 212).

Como bem destacou Skinner (1957), para o comportamento verbal ser efetivo precisa ocorrer em uma determinada comunidade verbal em que seus membros foram preparados a emitir respostas verbais e a reagir a elas de formas específicas. Sem essa preparação e interação respostas verbais não seriam mantidas, uma vez que não produziriam reforçamento. Comunidades verbais, por sua vez, reagem aos estímulos do ambiente, verbais ou não verbais, a depender da cultura e das contingências sociais (e não sociais) a que estão expostas.

Comunidades verbais constituem culturas. Culturas são unidades complexas que são constituídas por comportamentos individuais mas que não se resumem à soma de tais comportamentos. Culturas são temporalmente e geograficamente definidas também. Assim, enquanto o comportamento é um fenômeno individual, culturas são fenômenos supra-comportamentais, que dependem de e são constituídas por comportamentos. Condição ao mesmo tempo antecedente e essencial para a emergência do fenômeno que chamamos cultura é o comportamento verbal. A tal ponto cultura e comportamento verbal são fenômenos interdependentes que, Skinner (1981) reconheceu que o estudo do comportamento humano não pode independender do estudo da cultura (Andery, 2010; Andery, 2011; Andery & Sérgio 2001).

A partir de tal proposição, analistas do comportamento passaram a desenvolver trabalhos conceituais que buscaram descrever os processos envolvidos no comportamento social e na construção e formação das práticas culturais e da cultura. Dentre estes autores pode-se apontar Glenn (1986, 1988, 1991, 2004) que propõem a noção de metacontingência como uma unidade de análise para práticas culturais e vários comentadores (Andery, Andery, Micheletto & Sérgio, 2005; Sampaio & Andery, 2010; Todorov, 1997; Tourinho, 2012).

Glenn (2004) definiu cultura como “padrões de comportamentos aprendidos e transmitidos socialmente, assim como os produtos desses comportamentos (objetos, tecnologias, organizações, etc.)” (p.139). A emergência e a evolução de uma cultura compreendem interações entre: (a) contingências que explicam a seleção comportamental em nível operante; (b) macrocontingências ou relações entre práticas culturais e a soma do efeito agregado dos macrocomportamentos constitutivos da prática; (c) metacontingências, que explicam a seleção do entrelaçamento de conjuntos de práticas sociais de instituições culturais.

Glenn (2004) ressalta que em todas essas relações o processo determinante é o de seleção por consequências e define práticas culturais como “padrões de conteúdos comportamentais semelhantes resultantes, normalmente, de semelhanças nos ambientes” nos quais há recorrências dessas práticas (p. 141).

Seleção cultural envolve tipicamente relações de macrocontingências e de metacontingências. Macrocontingências caracterizam-se como “relação entre uma prática cultural e a soma agregada de macrocomportamentos compreendidos na prática” (Glenn, 2004, p.142), que, por sua vez, produzem um efeito agregado ou cumulativo que pode ou não se tornar fonte de problemas para as culturas.

A análise de campanhas eleitorais poderia ser abordado a partir do conceito de macrocontingências: o discurso da mídia, no caso presente os programas eleitorais, são estímulos socialmente construídos que afetam indivíduos (ouvintes). Os comportamentos desses indivíduos (voto) repetidos milhões de vezes originam um resultado: a eleição – ou não – do candidato.

Resta discutir, então, como os comportamentos individuais de milhões de indivíduos podem ser afetados pelas imagens e discursos em uma campanha eleitoral: para tanto a proposta de Guerin (1992) sobre a construção social do conhecimento é relevante.

Guerin (1992) propôs uma noção de construção social do conhecimento a partir de um diálogo a proposta de Skinner sobre comportamento verbal e as proposições de Gergen e Moscovici sobre representações sociais. Para Guerin (1992) o conhecimento e as descrições sobre o mundo não corresponderiam necessariamente ao mundo real; objetos e relações seriam inventados ou construídos, mas teriam o poder de afetar nossos comportamentos e pensamentos; os termos com os quais descrevemos o mundo são construídos socialmente; a prevalência de uma compreensão social não depende de sua realidade empírica, mas sim de processos sociais; o conhecimento construído socialmente estaria ligado a outras atividades sociais e indissociáveis do restante da vida social. Portanto, o conhecimento estaria ligado à linguagem que é uma atividade social e as representações sociais seriam estruturas de conhecimento construídas e compartilhadas socialmente, sendo que tais representações seriam necessárias por “dar sentido ao desconhecido, tornando-o familiar”.

Guerin (1992) destaca o caráter flexível do conceito de representações sociais que seriam representações de construtos de grupos sociais coesos. Na sociedade atual as representações sociais poderiam ser produzidas por processos sociais chamados de superficiais: por influência da mídia, pelo contato entre subgrupos de indivíduos, ou por conflitos entre diferentes grupos que coabitam a mesma sociedade.

Assim, o conhecimento é entendido como socialmente produzido e a aquisição do conhecimento individual se dá via mediação de outros indivíduos, no relato verbal. Nesses termos seria importante tratar os processos envolvidos na construção social do conhecimento pela perspectiva dos conceitos construídos pela análise do comportamento, aumentando a possibilidade de intervenção nesses processos.

Para tratar da produção do conhecimento social é importante distinguir a noção de conhecimento no sentido de “saber que”, ou seja, o conhecimento tratado como a emissão de uma resposta verbal apropriada a determinado contexto sem, necessariamente, um contato direto com as contingências não verbais e o conhecimento adquirido no contato direto com as contingências, chamado de “saber como” (Guerin, 1992, Skinner, 1974). Esta distinção cria limites para as realidades que podem ser socialmente construídas e permite estabelecer uma maneira de delimitar o que poderia ser considerado como realidade socialmente construída, na medida em que esta só existe quando construída pela mediação do comportamento verbal.

Assim, Guerin (1992) argumentou que uma análise comportamental da construção social do conhecimento deveria focar a seleção e manutenção do comportamento verbal, destacando três operantes verbais, descritos por Skinner em (1957), como importantes na construção e manutenção de tal conhecimento: tatos, intraverbais e autoclíticos, enfatizando os tatos e intraverbais.

Comportamento intraverbal foi definido como a relação de controle exercida por estímulos antecedentes verbais (outras palavras ou expressões) que passam a evocar uma resposta verbal, como num encadeamento de respostas. Toda cadeia intraverbal está sob controle de reforço social. Boa parte do conhecimento socialmente construído, também chamado de construção social, depende da aquisição de um repertório de intraverbais pelos integrantes de um determinado grupo². Ou seja, boa parte de nosso conhecimento e de nosso comportamento verbal é produzido e reproduzido verbalmente tanto na sua origem como na sua continuada emissão.

² Para exemplificar esta afirmação Guerin (1992) recorre a um estudo realizado por Di Giacomo que usou um procedimento de associação livre para estudar as representações sociais de um movimento de protesto. Muitas das associações encontradas por Di Giacomo poderiam ser descritas como intraverbais, pois pareciam estar estritamente sob controle de outros comportamentos verbais e da história de reforçamento em usar tais palavras. A maioria dos estudantes envolvidos no protesto sabiam sobre o acontecimento, simplesmente, por terem ouvido falar sobre ele, ou seja, suas respostas verbais pareciam estar sob controle de palavras como estímulos antecedentes e pela obtenção de reforço social por repetir aquele repertório verbal em um contexto apropriado.

Se o responder intraverbal está sob controle de outras palavras como estímulo antecedente, como se dá a produção destas palavras que tem função discriminativa para os intraverbais? A resposta para esta questão está na descrição das relações de controle que produzem o operante verbal chamado de tato: tatos são respostas verbais sob controle discriminativo de estímulos não verbais e se apresentam como descrições sobre o ambiente, incluindo autodescrições ou auto-relatos. Os tatos são mantidos por consequências generalizadas e pela mediação do outro, ou seja, consequências sociais generalizadas descritas como atenção, aprovação, afeição e submissão controlam e mantêm sua produção. Diferentemente dos comportamentos intraverbais, os comportamentos tatos estão sob controle de estímulos antecedentes provenientes do ambiente não verbal. Tatos são socialmente valorizados porque são comportamentos em geral vantajosos para o ouvinte, para a comunidade verbal que potencialmente adquire, pela sua emissão, maior controle sobre o mundo.

Importante salientar, para o presente trabalho, a afirmação de Guerin (1992) de que embora tatos possam parecer descrições objetivas, precisas ou neutras, uma propriedade interessante do tato advém do fato de que, por serem mantidos por consequências sociais, podem ficar sob controle de pequenos grupos ou pequenas comunidades verbais que reforçam ou punem determinados relatos verbais desde que tenham características específicas do repertório verbal predominante em cada grupo, produzindo o que Skinner (1957) chamou de “tatos distorcidos”. Desta forma, respostas verbais que aparentam ser tatos, na realidade, podem estar sob controle de outras palavras e assim serem na realidade, intraverbais.

Guerin (1992) enfatiza então que a possibilidade de produzir um repertório de intraverbais a partir da emissão de tatos é fundamental para uma comunidade verbal que, assim, constrói e mantém representações sociais. A mudança do controle antecedente de estímulos ambientais para o controle por palavras no comportamento verbal é essencial para a construção do conhecimento socialmente construído, ou seja para a transmissão do conhecimento e muito do

conhecimento dos membros de uma comunidade verbal é constituído a partir de tatos emitidos por outros indivíduos ou do produto advindo deles: os livros, a mídia impressa, a mídia eletrônica. Quando estes conteúdos (tatos) passam a ser estímulos que controlam comportamento verbal dos indivíduos, constrói-se um repertório de comportamentos intraverbais mantidos por reforço social generalizado.

Assim, como afirmou Guerin (1992), existem duas bases fundamentais para o conhecimento construído socialmente e as representações sociais: (1) a produção do comportamento verbal, que só é possível de ocorrer pelo comportamento social e que em geral depende da presença do outro (audiência); (2) determinados repertórios verbais podem ser mantidos por comunidades verbais menores, inseridas em uma grande comunidade verbal que mantém a linguagem. Ainda mais, o conhecimento socialmente construído não pode ser “independente” do controle direto do ambiente, de três maneiras: (1) se o comportamento de tato estiver sob controle de um grupo que não controla relatos precisos do ambiente; (2) se os comportamentos intraverbais no domínio do conhecimento público forem reforçados como tatos lembrados e (3) se as consequências produzidas pelo comportamento verbal passarem a ser tão generalizadas que não produzam um tato discriminado. Estas situações possibilitam a produção de um comportamento puramente social.

A primeira consequência advinda de um comportamento puramente social seria a produção de um conhecimento socialmente construído contra-factual. Este muitas vezes é classificado como irracional, sendo que o que se classifica como comportamentos irracionais podem ter sido construídos por comunidades verbais que reforçam relatos incorretos. Se as contingências sociais forem mais fortes que a emissão de tais comportamentos perante sua comunidade verbal e “racional” em relação às contingências sociais estabelecidas, mesmo que estas consequências não sejam claras, o conhecimento socialmente construído pode se estabelecer como factual para aquela comunidade.

A segunda consequência da produção de conhecimento puramente social é que as representações sociais assumem um caráter de realidade objetiva. O conhecimento socialmente construído passa a ter um caráter objetivo quando as consequências sociais são muito fortes para o indivíduo que participa da contingência social, tanto quanto o são as consequências presentes nas contingências relativas ao ambiente não social. Uma representação social pode se apresentar como objetiva caso seja reiteradamente repetida e reforçada rotineiramente pelo grupo. Desta forma, pode-se concluir que a noção de realidade, o conhecimento sobre o mundo e sua representação podem diferir entre pessoas e entre comunidades verbais que reforcem, de maneiras distintas, os mesmos conteúdos ou conteúdos distintos.

Guerin (2002) salienta que no mundo atual cada vez mais as pessoas aprendem e falam sobre o ambiente e seus efeitos a partir das consequências produzidas no ambiente social e não de seu contato direto com o ambiente descrito, o que significaria que as representações sociais e como essas afetam a maneira das pessoas significarem e agirem sobre o ambiente estão cada vez mais sob jugo do ambiente social.

Este panorama no qual que cada vez o homem se comporta apenas verbalmente e sob controle social e de desenvolvimento das tecnologias de comunicação em massa aumenta exponencialmente a abrangência do acesso ao outro. Como consequência, o controle sobre a formação das representações sociais deixaria de ser exercido por comunidades verbais menores e coesas e passaria a ser mais difuso e generalizado. Em tal contexto representações sociais contra-fatuais podem adquirir caráter objetivo, caso sejam repetidas e rotineiras; o que é feito reiteradamente pela mídia moderna, principalmente pela televisão. Sobre esta questão Guerin (1992) afirma:

Isso significa que existe grande potencial para que o conhecimento contra-fatual seja mantido na sociedade moderna porque o comportamento está se tornando cada vez mais verbal, e porque o controle do comportamento verbal está se tornando mais facilmente descolado do controle do ambiente não social e porque a mídia de

massa pode manter comportamentos verbais contra-fatuais que anteriormente só seriam controlados pela comunidade. (p.128)

As preocupações de Guerin (1992) têm procedência, pois indicam que muito da informação que temos sobre fatos é obtida dos meios de comunicação (jornais, revistas, rádio, televisão e internet) e concentrada na mídia de massa.

Kellner (2001) abriu uma extensa discussão sobre o que denominou de cultura da mídia como poderosa fonte de determinação de comportamento verbal e não verbal, e que antes era, predominantemente, exercido na interação entre indivíduos e dentro de seus grupos sociais. Segundo Kellner, este papel passou a ser exercido pela mídia, que se tornou importante fonte de controle na formação e manutenção dos comportamentos construídos socialmente, tais como: o senso de identidade, a construção de autoconhecimento, a noção de moral, ética. Ou seja, a mídia teria passado a realizar, no mundo atual, função que anteriormente era exercida em relações que dependiam da mediação direta de outros indivíduos.

Kellner (2001) discute então as maneiras pelas quais a mídia produz seus conteúdos e os veicula, ou seja, os torna acessíveis à população, assumindo que os conteúdos nada mais são além de comportamento verbal (seja através de palavras ou imagens) produzido por indivíduos. Tal comportamento ou repertório verbal seria formado dentro de determinadas comunidades verbais que são organizações sociais que formam os meios de comunicação. O produto deste comportamento verbal, os conteúdos midiáticos, são os estímulos que controlam os comportamentos dos indivíduos que foram especialmente preparados por suas comunidades verbais para reagir a eles: os ouvintes.

Como muitos já destacaram, a mídia, devido à sua abrangência, controla os comportamentos de milhões de indivíduos e de diversos grupos sociais. Kellner (2001) afirma que uma possibilidade de criar sujeitos capazes de ter comportamento verbal crítico quanto aos conteúdos apresentados pela mídia, poderia ser uma maneira de construir sujeitos e comunidades verbais com repertório comportamental que possibilitaria alguma resistência à manipulação do que chama da cultura de mídia sobre o controle de comportamento dos indivíduos. Essa afirmação e as discussões sobre os produtos e avanços da tecnologia e

sobre o que é chamado de mídia nos levam a mais uma vez recorrer à Skinner em “*Ciência e Comportamento*” (1953), que já então alertava o leitor que os avanços científicos e tecnológicos não deveriam ser avaliados em si, como positivos ou negativos, mas que caberia a uma ciência do comportamento humano, através de trabalhos empíricos, descrever as relações do homem com o mundo, como essas seriam afetadas pela tecnologia e pela própria ciência e propor soluções para seus problemas. Para Skinner (1953), a ciência é mais do que a simples descrição dos fatos conforme eles acontecem. Embora uma perspectiva científica exija a suposição de que os fenômenos estudados são submetidos a “leis” e que o comportamento humano é sujeito a determinações, a ciência é ela mesma atividade humana sujeita a determinações sociais e a descrição de tais controles seria ela mesma um resultado científico importante. O mesmo vale para a construção social do conhecimento e, no caso presente, para a construção e conhecimento mediado pela mídia nas culturas de massa.

Aparentemente esta pode ser uma maneira de se lidar com a relação das mídias modernas e seu controle do comportamento humano. Caberia ao analista do comportamento, uma análise focada na natureza das tecnologias sociais, em sua amplitude e nas suas possibilidades de controle. Caberia também descrever como o controle da mídia sobre os comportamentos individuais se dá, como tem sido utilizado, e os riscos que pode representar.

Um primeiro passo para esta empreitada poderia ser a produção de trabalhos com o objetivo de descrever as variáveis de controle que participam das relações entre a cultura da mídia e o comportamento individual, como realizaram, por exemplo, Alves (2009), Andery e Sérgio (1993), Martone (2003) e Rakos (1993), descritos brevemente a seguir, em ordem não cronológica.

Andery e Sérgio (1996) analisaram notícias de jornais impressos (Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo) acerca de um conjunto de três episódios de violência que movimentaram a opinião pública à época: o massacre do Carandiru, em São Paulo; a chacina de menores na Candelária, Rio de Janeiro e o assassinato de um grupo de pessoas da comunidade do morro do Vigário Geral,

Rio de Janeiro. Os episódios foram analisados a partir da noção de controle coercitivo de Sidman. Foram coletadas manchetes das notícias publicadas sobre os eventos por um ano após a ocorrência dos fatos. As categorias de análise estabelecidas foram: descrição do episódio todo, descrição de aspectos do episódio, descrição das ações dos agressores durante o episódio, descrição dos resultados dos episódios, descrição das consequências para os agressores, descrição de ações do estado, descrição de consequências para as vítimas, entre outras. Os resultados indicaram que as descrições produziram um material significativo quanto ao controle coercitivo envolvido nos episódios além de dados importantes sobre a caracterização das manchetes: seu caráter aparentemente mais descritivo do que analítico, embora fossem tentativas de avaliar ou apontar culpados, enfatizando a ação do Estado. Raramente foram encontradas análises que descreviam variáveis de controle ou mesmo que referissem outros episódios de violência; ou seja, os relatos da imprensa apresentavam a ação violenta descrevendo partes dela, mas não propunham uma análise das consequências da coerção e nem de como estes episódios poderiam ser reflexo de práticas coercitivas vigentes na sociedade.

Martone (2003) analisou os relatos da imprensa acerca dos “ataques terroristas de 11 de Setembro de 2001” nos EUA, a partir de notícias divulgadas no site eletrônico da Agência de notícias CNN. Foram coletadas 116 notícias divulgadas entre o dia do ataque, 11/9/2001 e o dia 13/9/2001. A agência de notícia já havia realizado uma categorização de suas notícias: vítimas, dia de terror, recuperação, investigação e retaliação. Martone analisou as manchetes e primeiros parágrafos das notícias, organizando-as cronologicamente e construindo um banco de dados. Em sua categorização Martone priorizou aspectos relativos aos comportamentos dos indivíduos, grupos, ou agências de controle envolvidos nos relatos: reação institucional, reação popular, reação internacional, reações de figuras políticas norte-americanas, entre outras.

Outra categorização proposta por Martone (2003), muito interessante para o presente estudo, referia-se a possíveis diferenças de comunidades verbais de

diferentes culturas e, portanto, a diferenças nas suas representações sociais sobre um mesmo fato e sobre como essas podem afetar o comportamento dos indivíduos e de seus grupos sociais de forma diversa. Para tanto, Martone considerou os aspectos culturais e suas diferenças nos relatos publicados pela CNN, selecionando o que categorizou como notícias de ações internas e externas e divididas em Cultura A - uma cultura Islâmica fundamentalista praticada em países do Oriente Médio e Ásia – e Cultura B - uma cultura capitalista, industrial e protestante, referente à população da América do Norte. Os principais resultados obtidos foram: ocorrência de publicações sobre retaliação antes das notícias sobre a investigação dos fatos; predominância de notícias relacionadas a agência de controle “Governo”, seguida por notícias envolvendo a agência “Econômica”. Segundo Martone (2003) não foi possível a realização de uma discussão mais profunda e sistemática das distintas práticas culturais propostas devido ao curto período de tempo em que as notícias foram coletadas e pelo fato de que nenhuma notícia tinha em seu conteúdo relatos sobre contextos antecedentes das “ações terroristas” nem outras ações posteriores da cultura norte americana em relação às suas próprias peculiaridades ou sua relação com outras culturas. Destacamos aqui, que assim como ocorreu com Andery e Sérgio (1996) mais uma vez houve constatação de que a descrição de eventos na mídia tende a reproduzir as representações sociais já construídas e tende a desconsiderar possíveis diferenças no conhecimento socialmente construído e nas representações sociais aprendidas em outras comunidades verbais.

Alves (2006) teve como foco de análise as manchetes e imagens publicadas em jornais impressos (Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo), relativas aos atentados terroristas de 11 de setembro de 2001, nos Estados Unidos; e ao atentado terrorista de 11 de Março de 2004, em Madrid, na Espanha. Para tanto, analisou as publicações durante os três dias que seguiram os atentados. As questões que Alves (2006) buscou esclarecer foram: quais as características - formais e de conteúdo - dos relatos publicados; se houve semelhanças ou diferenças em relação à forma e conteúdo nos dois jornais a partir do relato de mesmos eventos; como as características, formais e de

conteúdo, produziram diferentes comportamentos intraverbais a respeito dos eventos relatados. Foram analisadas as manchetes e notícias sobre os eventos, as ilustrações e a disposição de notícias nas primeiras páginas. As matérias e imagens foram classificadas em seus aspectos formais e de conteúdo. Nos aspectos formais foram analisados: o tamanho das notícias, sua disposição na página do jornal, a presença ou não de imagens, as características da matéria - reportagens, entrevistas, notas, boxes, chamadas de capa. Também foram analisadas a fonte e autoria do material: se matéria assinada, matéria de fonte de agências de notícias nacionais e internacionais, matéria produzida na redação do jornal, utilização de jornal estrangeiro como fonte, sem fonte explícita ou outra fonte. Como aspectos de conteúdo, as imagens e manchetes foram classificadas quanto a: estarem relacionadas diretamente aos eventos e às vítimas; à repercussão do evento; a outros eventos relacionados. Os resultados mais relevantes foram: (1) a significativa diferença entre o volume de matérias bem como o destaque e o tamanho da cobertura entre os dois eventos (11 /9/2001 e 11/3/2004); (2) a origem estrangeira das matérias, o que reforçaria o caráter intraverbal dos relatos produzidos pelos jornais; (3) a semelhança nas características das notícias nos três dias analisados para cada evento (no primeiro dia havia uma descrição do evento; no segundo dia as primeiras reações; no terceiro dia a descrição de quais possíveis responsáveis seriam procurados e punidos); (4) as diferenças nos termos caracterizadores de cada evento (nos relatos de 11 de Setembro predominaram termos que caracterizaram o evento como um ataque e um ato de guerra e em 11 de Março predominaram termos que caracterizavam o evento como massacre e mortes de civis).

Em suma, Alves (2006) revela com seu trabalho que os relatos (textos e imagens) sobre um fato, embora apresentados como se fossem fatos, parecem ser comportamentos intraverbais constituídos como representações sociais que variam, inclusive a depender da comunidade verbal que origina os relatos, e como possivelmente afetam e constroem outros conhecimentos.

Os estudos até aqui apresentados descrevem o papel de controle e a influência que a mídia pode ter na construção do conhecimento social e nas representações sociais dos indivíduos e como pode, por consequência, afetar seus comportamentos. Contudo, nenhum deles teve como foco descrever ou analisar os procedimentos de controle do comportamento em situações que têm explicitamente o propósito de manipular variáveis para levar os indivíduos a se comportarem de uma maneira específica. É o que ocorre em processos como a propaganda eleitoral, como é o caso de interesse do presente estudo. É o que ocorre também em outros eventos nos quais a mídia pode estar a serviço mais ou menos explícito de interesses e objetivos específicos de controle futuro de comportamentos individuais.

A mídia pode ser ferramenta na formação de representações sociais que induzam o comportamento dos indivíduos em uma determinada direção. Laitinen e Rakos (1997) e Rakos (1993) pretenderam fazer uma análise deste processo identificando e descrevendo procedimentos de controle do comportamento de cidadãos americanos sobre sua opinião quanto a uma possível guerra. Laitinen e Rakos (1997) recorrem a Rakos (1993) para ilustrar como a mídia é ferramenta no controle do comportamento individual e pode ser utilizada a serviço de interesses específicos, inclusive econômicos e políticos, Rakos analisou as edições do jornal *New York Times* agosto de 1990 a janeiro de 1991, quando os EUA iniciaram invasão no Iraque, identificando o que chamou de processo de convencimento que teria sido feito pelo manejo de palavras, imagens e símbolos, no intuito de tornar os estímulos antecedentes que passariam gradualmente a controlar e modificar o comportamento do leitor que era inicialmente contrário a uma invasão e teria passado a ser favorável à mesma. Para compreender os processos de controle comportamental exercidos pelo jornal sobre seus leitores, foram identificados nos conteúdos das matérias o manejo de estímulos no sentido de produzir o que Laitinen e Rakos (1997) consideram serem quatro relações de controle comportamental por estímulos antecedentes: (1) estabelecimento de estímulos discriminativos, (2) operação estabelecedora, (3) estabelecimento de regras e (4) estabelecimento de símbolos através de processos de equivalência de estímulos.

As matérias foram categorizadas a partir destas quatro operações de controle de estímulos e os dados comparados, periodicamente, com pesquisas de opinião pública sobre o apoio da população à necessidade de declarar guerra ao Iraque. Além das operações de controle de estímulos, foram identificadas nas publicações a utilização de outras estratégias para produzir o comportamento desejável no leitor: restrição de informações, desinformação e várias técnicas de apresentação parcial da informação. A conclusão de Laitinen e Rakos (1997) é que o jornal contribuiu de maneira importante para a mudança na opinião pública americana, que se tornou amplamente favorável à invasão do Iraque.

No presente estudo também serão investigadas as relações de controle da mídia sobre o comportamento humano, porém com foco na política, mais especificamente na Campanha Eleitoral veiculada em programas de televisão: o caso a ser analisado será dos 16 programas de televisão do segundo turno das eleições presidenciais brasileiras de 2014, veiculados pelos dois candidatos.

Como salientou Maar (2014), entre outros, cultura, política e as mídias imbricam-se de múltiplas maneiras promovendo a constrição social do conhecimento, a própria reprodução da cultura e os padrões de comportamento dos indivíduos que por sua vez permitem e produzem a produção e a reprodução da política. Para Maar (2014):

A cultura... tem “papel de legitimação ideológica para as propostas políticas ... e [tem também] outra função instrumental muito importante: a de meio organizador.... assim como o jornal não teria só o papel de transmitir informações de conteúdo ideológico, mas o papel de organizar, de dirigir em certo sentido a participação do leitor. É caso sobretudo da televisão. Ela não só organiza o tempo do espectador enquanto ele assiste a seus programas.... Através destes... a organização social segundo certos padrões penetra em casa, dirigindo a vida das pessoas.... É claro que essas duas funções políticas da cultura acontecem ao mesmo tempo...” (pp. 83 a 85).

Guerin (1994) afirma posição semelhante, que política refere-se também a realizações não verbais, pois envolve – ou deveria envolver – mais que “fazer declarações convincentes” (p. 282). Reconhece que embora a política deva estar comprometida em conseguir realizações ou mudanças em âmbito não verbal, organizar e reorganizar comunidades verbais, isso, normalmente, depende de

“convencer pessoas a fazerem certas coisas” (p. 282). Tomada em sentido amplo como governo ou congresso, a política tem de assumir duas funções que estão inter-relacionadas: a) recolher, administrar, reorganizar recursos e redistribuí-los; b) manter diferentes grupos trabalhando cooperativamente para que a primeira função da política se realize (pp. 282-283). A dependência de outras pessoas para que “coisas” sejam feitas faz com que a retórica e a persuasão tenham papel central na política. Assim, conforme Guerin, “comportamentos verbais podem criar comunidades, manter comunidades e serem usados para reforçar comunidades” (Guerin, 1994, p. 283).

Política partidária diz respeito à política praticada por partidos políticos: “grupos que competem entre si, por via eleitoral, para o alcance e a manutenção do poder” (Vasconcelos, 2007, p. 7). Esses grupos são fundados a partir de um conjunto de regras ou de ideologias declaradas publicamente, conforme sugerem suas próprias denominações (e.g., Partido dos Trabalhadores, Partido Socialista Brasileiro, Partido Verde). O partido pode trabalhar tanto para fortalecer o governo atual quanto para tornar-se governo. Em uma ou em outra função, o comportamento verbal tem função relevante de estabelecer a estimulação que controla os comportamentos verbais e não verbais daqueles afetados pela política e pelos governos, assim como é relevante para a própria disseminação de tais comportamentos, especialmente em culturas em que a decisão sobre quem assume governos depende de votos. Nesse contexto os meios de comunicação de massa assumem função central na política (Lima, 2004; Lima 2006).

As campanhas eleitorais são um momento privilegiado para o estudo das relações entre política, mídia e comportamento individual. A utilização de mídias variadas como poderosas ferramentas de potencial controle de comportamento de todos os envolvidos, com especial destaque para os eleitores é, nos tempos atuais, essencial nas campanhas, no que se chama – em português – de propaganda eleitoral. Não é por acaso que uma especialidade tenha emergido no planejamento e condução de campanhas eleitorais: o marketing. Os especialistas em marketing são elevados à condição de responsáveis pelo planejamento das

respostas verbais que serão emitidas pelos candidatos e seus partidários, pela apresentação de imagens relacionadas a tais candidatos e pelo manejo das próprias campanhas eleitorais e dedicam a maior parte de seus esforços a esses aspectos nas mídias. De certa forma, o candidato é tratado como um produto a ser vendido.

Para uma melhor compreensão sobre elementos envolvidos na prática do marketing, a seguir faz-se uma breve apresentação da área como é vista pelos seus praticantes.

Marketing: dos princípios do marketing a sua utilização na esfera política

Philip Kotler, referência para os profissionais de marketing, e seus colaboradores supõem uma relação de troca na “venda de produtos” fundada na oferta de algo, de um lado, e na satisfação de uma necessidade, de outro. O processo livre de troca entre duas partes atestaria que o marketing estaria especificamente ligado à maneira como as relações entre oferta e demanda são criadas, estimuladas e valoradas. Nesses termos, os mesmos processos e as mesmas técnicas utilizadas para vender um produto material poderiam ser utilizadas para organizações sem fins lucrativos, para campanhas eleitorais ou outros processos de troca e consumo (Kotler & Levy, 1969).

Segundo Berndt, Miranda e Pinto (1985), esta ampliação do conceito de marketing possibilitou a aplicação dos seus conceitos para outros fenômenos sociais, tais como planejamento familiar e saúde pública e abriu as portas para que o marketing aumentasse sua área de atuação para além do mercado econômico de consumo. Assim o marketing passa a ser visto como um conjunto de técnicas e métodos destinados ao desenvolvimento dos negócios, do relacionamento com clientes, da promoção de produtos e que poderia ser compreendido como um estudo das causas e mecanismos que regem as relações de troca de bens, serviços e ideias passa a ser aplicado nas áreas de negócios, cultural, social, de relacionamento e política (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2010).

Para Porter (1985, 1989), o marketing envolve sempre a formulação de uma estratégia que busca desenvolver uma “vantagem competitiva” para um produto na disputa com outros produtos ou com um “mercado”. Para tanto, seria necessário o desenvolvimento de um produto com uma relação custo/benefício maior do que o de seus concorrentes, o que depende da correta identificação do público alvo e da análise de suas características econômicas, de seus valores sociais e ideológicos, de suas necessidades práticas e de seus desejos.

Este mesmo conceito de “vantagem competitiva” e os processos envolvidos na sua conquista se aplicam, para os profissionais de marketing, aos demais ambientes e, sem dúvida, à arena política. Segundo Berndt et al. (1985), o processo eleitoral se assemelha à situação concorrencial do meio empresarial, favorecendo o uso do marketing. As eleições colocam candidatos e partidos frente ao desafio de conquistar um número suficiente de eleitores para sua eleição. O candidato/partido político é tomado como produto e o eleitor como mercado consumidor, ainda que se assuma que candidato e mercado têm peculiaridades que os diferenciam do produto material tangível. O procedimento de adequar o candidato às expectativas da maioria do eleitorado é o que se constitui em um dos principais processos da área de marketing, a promoção, que é vista essencialmente como comunicação.

O processo de comunicação é fundamental no processo de disputa política, visto que todo candidato e partido político precisa se fazer conhecido e tem que convencer o eleitorado de que representa a possibilidade de realização de suas aspirações individuais e sociais.. Para Berndt et al. (1985), o marketing político utiliza as mesmas ferramentas de promoção criadas pelo Marketing tradicional: propaganda, publicidade, promoção de vendas e venda pessoal nos comícios, passeatas, abordagem direta por cabos eleitorais e, muito especialmente, na utilização das ferramentas de mídia, como as peças publicitárias e o horário eleitoral. Na esfera política há um fluxo de mensagens simbólicas por meio de expressões, gestos, imagens, ou palavras que formarão a imagem do político frente ao eleitor.

Nas campanhas eleitorais, então, os candidatos se apresentam segundo as orientações do marketing político contratado para a campanha. No caso do presente estudo, as equipes dos candidatos que disputaram o segundo turno para o cargo de presidente da República do Brasil, em 2014, Dilma Rousseff (PT) e Aécio Neves (PSDB), tiveram tal acompanhamento e orientação com o objetivo final promover seus produtos (os candidatos), a fim de que eles fossem vistos por número suficiente de eleitores como os que mais se adequavam às suas expectativas individuais e sociais. Os programas de televisão, como costuma ocorrer, foram, então, cuidadosamente planejados com essa finalidade. Em termos comportamentais pode-se dizer que foram planejados e levados ao ar com a finalidade de promover comportamentos de tomada de decisão nos eleitores favoráveis a um candidato, comportamentos verbais de apoio a tal candidato e, finalmente, o comportamento de escolha na urna pelo mesmo candidato.

Para que este planejamento seja efetivo é preciso responder questões tais como: quem é este eleitor? Como ele escolhe seus candidatos? Quais as mensagens devem ser passadas para este eleitor?

Almeida (2008), destaca seis aspectos que seriam característicos – e previsíveis – do modo como o eleitor brasileiro elege seus candidatos e a lógica que daria a base para esta decisão: (1) a avaliação do governo, (2) a identidade dos candidatos, (3) o nível de lembrança dos candidatos, (4) o currículo do candidato e se ele o usa para demonstrar ao eleitor que seria capaz de resolver o principal problema que o aflige, (5) o potencial de crescimento do candidato (que seria a combinação entre seu índice de rejeição e o seu nível de conhecimento) e (6) popularidade e simpatia, que não se transferem entre candidatos facilmente.

Sobre o primeiro aspecto, a avaliação do governo, Almeida (2008) prevê que se um governo é avaliado positivamente, o candidato governista é o grande favorito a vencer as eleições. Para ter do seu lado um eleitorado fiel, o candidato deve ter uma identidade claramente definida diante do eleitorado, isto é, o candidato deve ser assumidamente de governo ou oposição, o bom administrador ou aquele que dá atenção especial ao social. O terceiro fator que conduz ao

sucesso é o nível de lembrança dos candidatos pelos eleitores e apresenta-se como uma vantagem antes mesmo do início das eleições, influenciando o voto em um candidato. O quarto fator destacado é que, para ser eleito, o candidato deve ter um currículo compatível com as promessas que faz para resolver os problemas que afligem o eleitor. O quinto fator determinante de uma eleição é o potencial de crescimento do candidato, que envolve a relação entre o índice de rejeição do candidato e a intenção de voto nele e que pode determinar, com uma campanha bem realizada, o resultado eleitoral. Finalmente, o sexto aspecto destacado por Almeida, a transferência de popularidade e simpatia, seria mais um alerta para o planejamento de campanha de um candidato do que um elemento de decisão do eleito, já que “isso é muito pouco, na maioria das vezes é nada”. (Almeida, 2008, p.19)

Tais aspectos podem ser vistos como um conjunto de regras gerais que possivelmente participam, nos partidos, tanto da escolha de um candidato como, posteriormente, devem influenciar a campanha eleitoral. Certamente essas regras, entretanto, não sumarizam todas as variáveis que regulam e influenciam uma campanha eleitoral. Outros aspectos importantes de campanhas estão na história eleitoral e nos compromissos sociais, culturais – políticos – de cada candidato.

No caso brasileiro, as sucessivas disputas entre PSDB e PT, características de muitas campanhas desde os anos 1980, indicam que as campanhas refletem também projetos distintos para o país: discursos, expectativas e propostas diferentes percebidas como tal pelos eleitores e que de muitas maneiras determinam e influenciam as próprias campanhas eleitorais. Poder-se-ia supor que duas comunidades verbais, duas culturas atuais e futuras se debatem em tais processos.

A seguir apresenta-se muito brevemente uma contextualização dessa disputa que não só foi importante para o país desde a redemocratização do Brasil, mas também foi determinante das características das eleições de 2014 e, assim, dos programas de televisão a serem aqui analisados.

Contextualizando a disputa presidencial de 2014: PT e PSDB, 20 anos de polarização

A compreensão de como se formou a polarização entre o PT e o PSDB, de como cada partido criou uma identidade ideológica distinta e formou uma base eleitoral que reflete esta distinção pode ser importante para o entendimento das discussões, mobilização, representações sociais e embates que ocorreram entre o eleitorado em 2014.

Fundação dos partidos

Informações colhidas no site do PT revelam que no dia 10 de Fevereiro de 1980, ainda sob a existência da ditadura militar, em uma composição entre dirigentes sindicais, intelectuais de esquerda e católicos ligados à Teologia de Libertação (CEB's), deu-se início ao processo de fundação do Partido dos Trabalhadores, em um encontro realizado no Colégio Sion, em São Paulo. O partido foi resultado da aproximação entre os movimentos sindicais com praticamente todos os setores da esquerda brasileira. Só foi reconhecido oficialmente como partido político pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) em 1982. O PT se apresentou como um partido de esquerda, que defendia o socialismo como a forma ideal de organização social e criticava duramente as reformas propostas pelos partidos políticos sociais-democratas, por não identificarem nelas nenhuma perspectiva de superação do capitalismo imperialista. Portanto, o PT sempre defendeu, em sua ideologia, os direitos dos trabalhadores, a melhor distribuição de renda e, desde sua fundação, atuou como forte partido de oposição (Partido dos Trabalhadores, 1980).

O site oficial do PSDB relata que o partido foi fundado em 25 de Junho de 1988. A decisão de formar um novo partido, formado por militantes e políticos ligados a diferentes sectores brasileiros, com cunho social democrata, vinha sendo discutida desde o final de 1987. A dúvida era sobre o momento certo de fazê-lo. Alguns acreditavam que deveria ocorrer imediatamente, outros, como

Fernando Henrique Cardoso e José Serra, afirmavam que a fundação do novo partido deveria ser realizada depois da promulgação da nova constituição. O ato de fundação do PSDB foi realizado 72 horas após a promulgação da constituição de 1988 (PSDB, 1988).

Os dois partidos, PT e PSDB, em um primeiro momento, se reuniram em torno de uma causa comum: a campanha pelas “Diretas Já”, entre os anos de 1983-1984, com todos os seus principais representantes participando e atuando ativamente, lado a lado, perante um inimigo comum à democracia: o regime militar. (Delgado,2007, Rodrigues, 2003).

As discordâncias ideológicas e políticas começaram a se instalar gradativamente, a partir de 1993, com a nomeação de Fernando Henrique Cardoso para o Ministério da Fazenda, no Governo de Itamar Franco e com a formulação do “Plano Real” e ficaram mais acirradas a partir do primeiro mandato de Fernando Henrique Cardoso (PSDB, 1988)

Eleições de 1994 e de 1998: Lula, PT *versus* Fernando Henrique Cardoso, PSDB

Nestes dois pleitos Fernando Henrique Cardoso saiu vitorioso, ainda no primeiro turno, e Lula ficou em segundo lugar. Singer (2009) atribui as vitórias de Fernando Henrique Cardoso a uma relação entre a estabilidade monetária conquistada pelo “Plano Real” (que possibilitou um aumento do poder de compra da classe média e de um planejamento econômico das famílias deste extrato), o medo do retorno da instabilidade econômica e da inflação e o “conservadorismo popular”.

Era nitidamente claro que havia um poder de veto das classes dominantes, o qual residia na capacidade de mobilizar o voto de baixíssima renda. O que não se distinguia com nitidez eram as raízes ideológicas do mecanismo, embora os levantamentos de opinião indicassem permanente supremacia conservadora na distribuição do eleitorado entre esquerda e direita...desequilíbrio que decorria da inclinação dos eleitores de menor renda para a direita (Singer, p.89, 2009).

De acordo com Singer (2009) as duas campanhas de FHC contaram também com a inclinação do eleitor de baixa renda contra a esquerda. Os melhores resultados de Lula teriam ocorrido entre os estudantes, os assalariados registrados com escolaridade secundária ou superior e entre os funcionários públicos. Pesou, ainda, para a vitória do PSDB, a ameaça de uma crise econômica internacional que ameaçaria a estabilidade conquistada com o plano real e a convicção de que FHC seria o melhor para conduzir “a crise”. Singer (2009) afirma que os 30% de votos em Lula pareciam ser o limite máximo do eleitorado que Lula conseguiria atingir, pois, como era visto como ligado à esquerda, sua candidatura sofria pela rejeição das ideias de esquerda.

As críticas de Lula já retratavam o antagonismo ideológico que, ao longo dos mandatos de Fernando Henrique, tornou o PT líder de oposição e marcou de maneira mais clara o início do distanciamento dos dois partidos e sua polarização. Às medidas de Fernando Henrique que já mostravam uma tendência neoliberal do PSDB³ contrapunham-se as ideologias dos partidos de esquerda, liderados pelo PT.

É importante lembrar que a reeleição de Fernando Henrique Cardoso, em 1998, só foi possível devido a uma manobra política em que o congresso aprovou uma emenda constitucional, diminuindo o tempo de mandato para quatro anos e permitindo a reeleição (Machado, 1997). Esta decisão foi cercada de muita suspeita e de acusações de que os congressistas teriam vendido seu voto a favor

³ Neoliberalismo: “Doutrina político-econômica elaborada em 1938 para adaptar o modelo liberal às novas condições do capitalismo do século XX. Uma das inovações do modelo em relação ao liberalismo é a intervenção indireta do Estado na economia, não para asfixiá-la, mas para garantir a sua sobrevivência, já que não confiam na autodisciplina espontânea do sistema. Os neoliberais acreditam que o controle de preços é a peça-chave da economia de um país. A função do Estado é manter o equilíbrio dos preços por intermédio da estabilização financeira e monetária, obtidas basicamente com políticas antiinflacionárias e cambiais. A liberdade econômica das empresas e as leis de mercado continuam como dogmas no neoliberalismo. A nova doutrina atribui ao Estado a função de combater os excessos da livre concorrência e o controle de mercados pelos grandes monopólios. Um dos instrumentos para disciplinar a economia é a criação de mercados concorrenciais através dos blocos econômicos, como no caso da União Europeia (UE). Para os neoliberais, o Estado não deve desempenhar funções assistencialistas, o que resultaria numa sociedade completamente administrada e, portanto, antiliberal. Ao Estado cabe apenas a tarefa de garantir a lei comum bem como a função de equilibrar e incentivar as iniciativas da sociedade civil” (Economia net, 2014).

da aprovação da emenda. Apesar das denúncias e da admissão de alguns parlamentares, esta espécie de “mensalão” nunca foi profundamente investigada (Rodrigues, 1997).

Eleição 2002: Lula, PT *versus* José Serra, PSDB

De acordo com Figueiredo e Coutinho (2003), Fernando Henrique Cardoso teve grande diminuição nos índices de popularidade de seu governo devido à crise cambial de 1999, com a conseqüente desvalorização do Real e, em 2001, com o racionamento de energia. Além disto, a taxa de desemprego alta gerou apreensão no eleitorado.

Além deste panorama desfavorável à eleição de um candidato governista, algumas ações de Lula e do PT favoreceram sua vitória. Singer (2009) aponta entre essas ações: a união com partidos de centro-direita, a escolha de um vice advindo do meio empresarial, a assinatura de uma carta compromisso (Carta ao Povo Brasileiro), em que assumia dar continuidade ao plano de estabilidade econômica, e o fato de “declarar-se o candidato da paz e do amor” (p.90).

Singer (2009) afirma que, mesmo com estas medidas, as pesquisas de intenção de voto indicavam que Lula tinha mais eleitores nas camadas de alta renda do que de baixa, de modo que as bases sociais de Lula e do PT em 2002 “expressavam as características da esquerda em uma nação cuja metade mais pobre pendia para a direita.” (p.90). Teria sido apenas em seu primeiro mandato que Lula teria conseguido a adesão das classes mais pobres. Assim, a eleição de Lula em 2002 representaria uma ascensão da esquerda em um país conservador e sua reeleição, em 2006, representaria uma mudança na sua base de eleitores. Esta mudança teve relação com a perda de votos de eleitores desapontados com o “escândalo do mensalão” e com o crescimento de um novo grupo de eleitores beneficiados com programas sociais, entre os quais se destaca o Programa Bolsa Família, iniciado em 2003.

Atuando como o partido de maior oposição ao governo Lula, o PSDB, em 13 de setembro de 2004, publicou um edital realizando duras críticas ao Programa

Bolsa Família, intitulado “Bolsa Esmola” (PSDB, 2004). No editorial, o PSDB afirma que as bases do Bolsa Família teriam vindo de programas criados no governo de Fernando Henrique Cardoso e critica a falta de organização, critérios e controle na exigência da frequência, em sala de aula, daqueles indivíduos atingidos pelo programa social.

O editorial reafirmaria a oposição entre os dois partidos e poderia levar à interpretação de que o PSDB seria contra as políticas sociais do PT, além da velha oposição à política econômica do PT. Fortalece-se a interpretação sobre a existência de dois partidos opostos: um representante dos interesses da elite, o PSDB, e outro a favor dos mais pobres, o PT.

De acordo com Singer (2009), o Bolsa Família, no decorrer dos anos, levou os eleitores de baixa renda e renda média a um maior poder de consumo – tanto de produtos tradicionais (alimentos, material de construção) quanto de novos produtos (celulares, DVDs, passagens aéreas) –, dando andamento a uma gradativa melhora de vida dos mais pobres. “Entre 2003 e 2006, o Bolsa Família viu seu orçamento multiplicado por treze...atendendo cerca de 11,4 milhões de famílias perto da eleição de 2006.” (p.91) Esses resultados explicariam a mudança do eleitorado em favor do PT.

Eleição 2006: Lula, PT *versus* Geraldo Alckmin, PSDB

Singer (2009) baseia-se em diversos estudos que mostravam indícios de que o Programa Bolsa Família teve grande influência na votação de 2006. Carreirão (2007) relaciona a alta votação que Lula obteve nas regiões Norte e Nordeste ao fato de terem sido as regiões mais beneficiadas com o Bolsa Família. Já Nicolau e Peixoto (2007) revelaram que Lula obteve mais votos nos municípios que receberam mais recursos *per capita* do Bolsa Família, regiões estas que, anteriormente, eram reduto do conservadorismo.

Contudo, Singer (2009) argumenta que justificar a reeleição de Lula apenas como resultado do Bolsa Família seria simplificar e reduzir o impacto de outras

medidas que também afetaram a transferência de votos: “o tripé formado pelo Bolsa Família, pelo salário mínimo e pela expansão do crédito ... resultaram em uma diminuição significativa da pobreza a partir de 2004, quando a economia voltou a crescer e o emprego a aumentar” (p.93).

Entretanto, com o “escândalo do mensalão”, muitos que formavam as bases eleitorais nos setores de classe média e alta de Lula, em 2002, passaram a formar uma base eleitoral para a oposição, no caso o PSDB. Outros, que tinham forte vínculo ideológico de esquerda, passaram a se filiar e votar em partidos de esquerda mais radicais e a se opor ao governo Lula. Entretanto, o perfil de eleitor de Lula foi sendo substituído pela população de baixa renda que se beneficiou com a redução da miséria.

Singer (2009) ressalta outro fator favorável à identificação das massas de baixa renda à reeleição de Lula: o fato dele ser o primeiro presidente com origem humilde no Brasil. Desta forma, apesar dos números totais de votos recebidos por Lula em 2006 serem semelhantes aos de 2002, uma diferença importante ocorreu em como estes votos se distribuíram. Distribuição esta que persiste até os dias atuais: Lula teve sua base eleitoral composta principalmente pelas camadas de mais baixa renda, especialmente do Norte e Nordeste, e por eleitores que se identificam com seus princípios ideológicos do PT. Já o PSDB recuperou os votos das classes econômicas de maior renda e se solidificou principalmente em São Paulo e na maioria dos Estados do Sul.

Então, em 2006, Lula foi reeleito no segundo turno na disputa com o candidato Geraldo Alckmin (PSDB), com praticamente a mesma diferença total de votos de 2002, mas com uma nova distribuição no seu perfil de eleitor, consagrando e solidificando o fenômeno conhecido como “Lulismo” (Singer, 2009).

Eleição de 2010: Dilma Rousseff, PT *versus* José Serra, PSDB

O segundo mandato de Lula só solidificou as bases eleitorais conquistadas em 2006. Sua política econômica se manteve estável e coerente e a economia e

estabilização da moeda continuaram sob controle, com baixas taxas de desemprego e um satisfatório crescimento da economia brasileira. Neste panorama, foi lançada a candidatura de Dilma Rousseff à presidência, ex-ministra da Casa Civil do governo Lula.

Os resultados da eleição reafirmaram o comportamento do eleitorado brasileiro dividido em sua maioria em dois estratos por faixa de renda: rendas mais baixas foram pró PT e rendas mais altas, pró PSDB. Além disto, se reafirmou uma divisão regional entre os eleitores destes partidos: Norte e Nordeste como um grande celeiro eleitoral do PT e São Paulo e estados do Sul, do PSDB (ver Singer, 2009).

Mandato Dilma 2010-2014

Nos seus quatro anos de mandato, a Presidente Dilma Rousseff manteve os investimentos nos programas sociais, principalmente, o Bolsa Família. Contudo, críticos de seu governo afirmavam que o “fantasma da inflação” rondava o país, destacavam a desvalorização da moeda e apontavam uma queda no crescimento econômico global perante outras economias, inclusive da América Latina.

Os dados relativos ao Bolsa Família indicam que houve um aumento real de 46% no valor das transferências entre 2010 e 2014 (Blog do Planalto, 2014). Além deste índice favorável, o período foi marcado por baixa taxa de desemprego, registrando-se em agosto de 2014 uma taxa de 5%. (Ibge, 2014). Entretanto, conforme salientaram seus críticos, o Índice de Inflação chegou, em 2014, de 6,6%, sendo mais alto que de anos anteriores (Global-rates, 2014). A variação cambial também apresentou seus piores resultados em anos, com crescente desvalorização perante o dólar.

Estes dados do mandato de Dilma confirmaram seu compromisso com as questões sociais e o trabalhador, o que satisfazia uma grande parte da população, principalmente os eleitores do PT. Entretanto, os dados econômicos foram o

gatilho para reacender críticas da oposição, trazendo apreensão a uma camada do eleitorado, principalmente a classe média e as elites.

Eleição de 2014: Dilma Rousseff, PT *versus* Aécio Neves, PSDB

A disputa presidencial de 2014 foi marcada pela divisão do eleitorado entre classes sociais diferentes e regionalismos. O grau de oposicionismo entre os dois grupos – de apoio a Dilma ou a Aécio - foi acirrado com argumentos envolvendo os índices sociais e econômicos e denúncias e investigações sobre corrupção, abarcando principalmente políticos do PT.

Foi com este panorama que os profissionais de marketing das duas campanhas lidaram. Trata-se de um panorama que descreve as variáveis, aqui chamadas históricas, presentes na disputa eleitoral: ambos os candidatos chegam à disputa do segundo turno como candidatos de partidos que se colocaram em lados opostos nos últimos 20 anos e que, assim, construíram seus ideários e suas propostas conquistando, cada um deles, uma parcela significativa de eleitorados fiéis. Ambos os candidatos e seus partidos enfrentaram, assim, a tarefa de conquistar uma pequena parte do eleitorado, aquela que podia ainda mudar. Para tanto, fazia-se necessário identificar tais eleitores e com eles dialogar, com a finalidade de a eles convencer.

Como no presente trabalho foram analisados os programas eleitorais veiculados pela televisão no segundo turno das eleições presidenciais brasileiras de 2014, com o objetivo de identificar como tais programas produziam potencialmente comportamentos de apoio e de voto nos candidatos, apresentamos a seguir uma breve descrição dos resultados eleitorais que precederam o início da campanha no segundo turno, a qual mostrou-se importante para trabalhar a imagem dos candidatos e realizar um planejamento de cada campanha.

Resultados do Primeiro turno da eleição presidencial de 2014

A porcentagem recebida pelos três candidatos mais votados no primeiro turno das eleições presidenciais brasileiras de 2014, em cada Estado brasileiro, pode ser avaliada na Figura 1, construída com base nos dados do site do TSE (Retirado de www.tse.gov.br, consultado em 25/11/2014).

A candidata Dilma Rousseff (PT) teve uma vantagem expressiva nas regiões Norte e Nordeste, com exceção do Acre, Roraima e Rondônia, no Norte, e Pernambuco, no Nordeste. O candidato Aécio Neves (PSDB) teve maior porcentagem de votos nas regiões Centro-Oeste, Sudeste e Sul, com exceção do Distrito Federal, dos estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro, no Sudeste, e o Rio Grande do Sul.

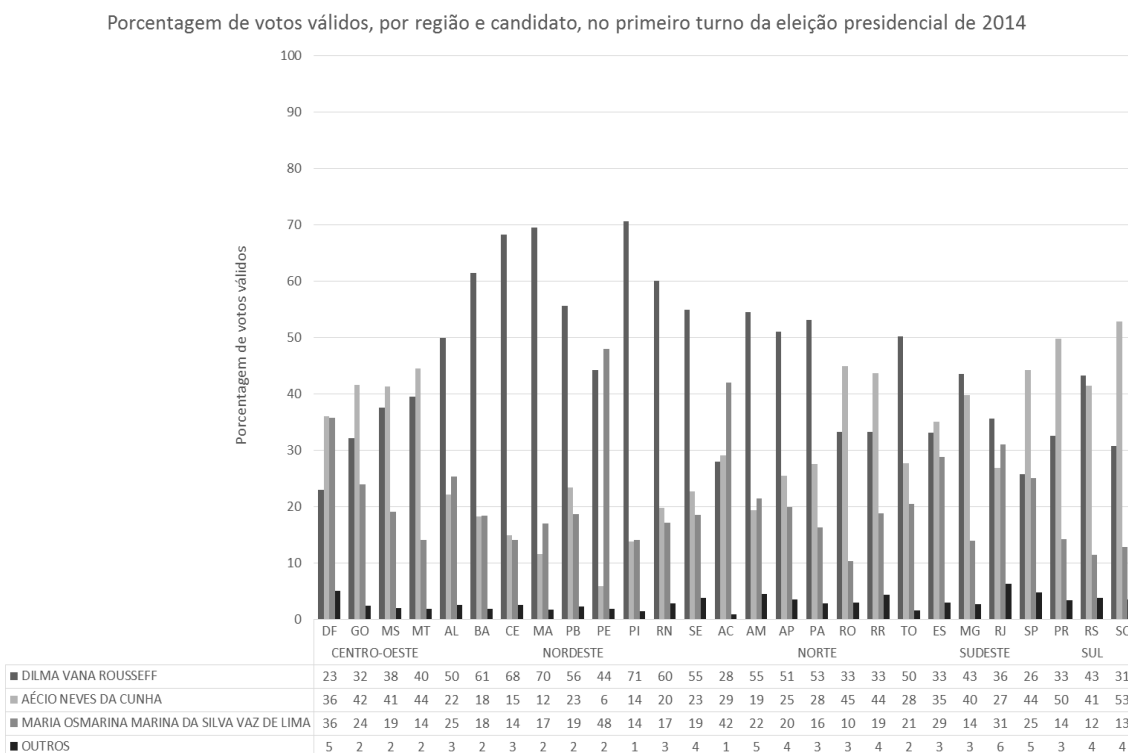


Figura 1. Porcentagem de votos válidos, por região e candidato, no primeiro turno da eleição presidencial de 2014

Importante destacar o desempenho da candidata Marina Silva (PSB), pois, em dois dos estados do Norte e Nordeste que Dilma Rousseff (PT) perdeu, Acre e Pernambuco, a candidata com a maior porcentagem de votos foi Marina Silva (PSB). Nos demais estados do Nordeste, seu resultado foi muito próximo ao de Aécio Neves (PSDB). No Norte, com exceção do Amazonas, em que ficou em segundo lugar, à frente de Aécio por 3% dos votos, Marina Silva ficou em terceiro. No Sudeste, a candidata Marina Silva teve 31% dos votos no Rio de Janeiro – apenas 5% abaixo de Dilma Rousseff (PT), 25% dos votos em São Paulo, ocupando o terceiro lugar, e 29% no Espírito Santo.

Em números totais de votos, o resultado do primeiro turno da eleição presidencial de 2014 foi: Dilma Rousseff (PT) com 43.229.447 votos, Aécio Neves (PSDB) com 34.792.002 votos, Marina Silva (PSB) 22.125.424 e a soma dos votos dos outros candidatos foi de 3.670.484.

O objetivo final da equipe de marketing da campanha de cada candidato eleito para o segundo turno era, portanto, manter os votos recebidos e conquistar o maior número possível de votos obtidos pelos outros candidatos. Além de manter os votos já obtidos, pode-se supor que cada campanha teria perto de 26 milhões de votos a serem conquistados no segundo turno. Considerando-se que a diferença entre os dois candidatos no primeiro turno foi de aproximadamente 8,5 milhões de votos, tinha-se no segundo turno uma disputa foi muito acirrada.

Sabe-se que, com o intuito de manter os votos recebidos e conquistar novos eleitores, as equipes de marketing das campanhas de Dilma Rousseff (PT) e de Aécio Neves (PSDB) realizaram uma análise dos perfis destes grupos de eleitores quanto a: condições socioeconômicas, cultura de cada região, faixa-etária, grau de instrução, entre outros. Ressalte-se que estratégias de planejamento que influenciam respostas de pessoas ou grupos sociais em um ambiente de concorrência são baseadas, via de regra, em quatro perspectivas: pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidades. Certamente os especialistas de marketing dos candidatos fizeram uma análise destas perspectivas em relação ao seu candidato e ao concorrente.

Fator: Falecimento Eduardo Campos (PSB) e ascensão de Marina Silva (PSB)

Um fato que pode ter alterado os rumos esperados nas previsões do comportamento do eleitorado no primeiro e segundo turnos das eleições presidenciais de 2014 foi a morte do candidato à presidência Eduardo Campos (PSB), em 13 de Agosto de 2014, em acidente de avião na cidade de Santos, SP. O então candidato à presidência - casado e pai de cinco filhos - era natural de Pernambuco e neto de uma das maiores figuras políticas de esquerda do país e de seu estado, Miguel Arraes. Em 2006, Eduardo Campos foi eleito governador de Pernambuco, com mais de 60% dos votos válidos e foi reeleito, em 2010, com 83% dos votos válidos. Deixou o governo do estado com mais de 90% de aprovação. Depois de trabalhar no primeiro governo Lula e dos mandatos como governador, Eduardo Campos decidiu lançar candidatura própria à presidência em 2014.

Sua morte em meio à campanha causou grande comoção por todo o país, mas, principalmente, em Pernambuco. A figura de Eduardo Campos (PSB) passou a ser estímulo com grande apelo emocional no Brasil e especialmente entre conterrâneos. Com o seu falecimento, a então candidata à vice presidência na sua chapa, Marina Silva (PSB), foi nomeada como candidata oficial à presidência da República. Somando-se o efeito emocional que herdou com o falecimento de Eduardo Campos e a identificação de Marina Silva como evangélica, da região Norte, filha de lavradores, ligada à figura e às lutas de Chico Mendes, que estudou e superou dificuldades e alcançou posições de poder, a candidatura de Marina Silva ganhou corpo no início da campanha do primeiro turno (Blog da Marina, 2012)

A mensagem da campanha de Marina Silva (PSB) era de que se constituiria como nova alternativa de governo que acabaria com a tradicional disputa entre o PT e o PSDB. Portanto, o mote de sua campanha era de novidade, mudança e aliança programática. É importante salientar que a candidatura de Eduardo

Campos e, posteriormente, de Marina Silva, se colocava como alternativa não somente ao PT, mas também ao PSDB e à polarização das disputas presidenciais entre os dois partidos: PSDB e PT (PSB, 2014).

Apesar de ter tido pouco mais de 22 milhões de votos no primeiro turno, a candidata Marina Silva (PSB) só ficou em primeiro lugar nos estados de Pernambuco (provavelmente sob influência da figura de Eduardo Campos) e no Rio de Janeiro.

Manutenção e Conquista de Novos Votos

A partir de uma análise de como os votos foram distribuídos no primeiro turno, entre os estados e regiões do país, algumas suposições podem ser feitas sobre as análises realizadas pelos responsáveis pelas campanhas eleitorais do segundo turno da eleição presidencial brasileira de 2014.

Para tornar mais clara a exposição, destacamos cada candidato e quais seriam os objetivos finais de manutenção e conquista de votos.

Dilma Rousseff (PT) – Manutenção dos votos: perfil dos eleitores do primeiro turno

A expressiva votação de Dilma nos estados do Nordeste e sua vitória no Norte mantiveram a tradição das vitórias eleitorais de Lula (PT) em 2002 e, principalmente, de 2006, e do primeiro mandato da candidata em 2010. Estas regiões, as mais pobres e com maior discrepância na distribuição de renda da Federação (Ver Figura 2 e 3) são as mais carentes de investimentos sociais e governamentais. Na Figura 2, Galeano e Mata (2008) utilizaram como fonte dados do IPEA-2005.

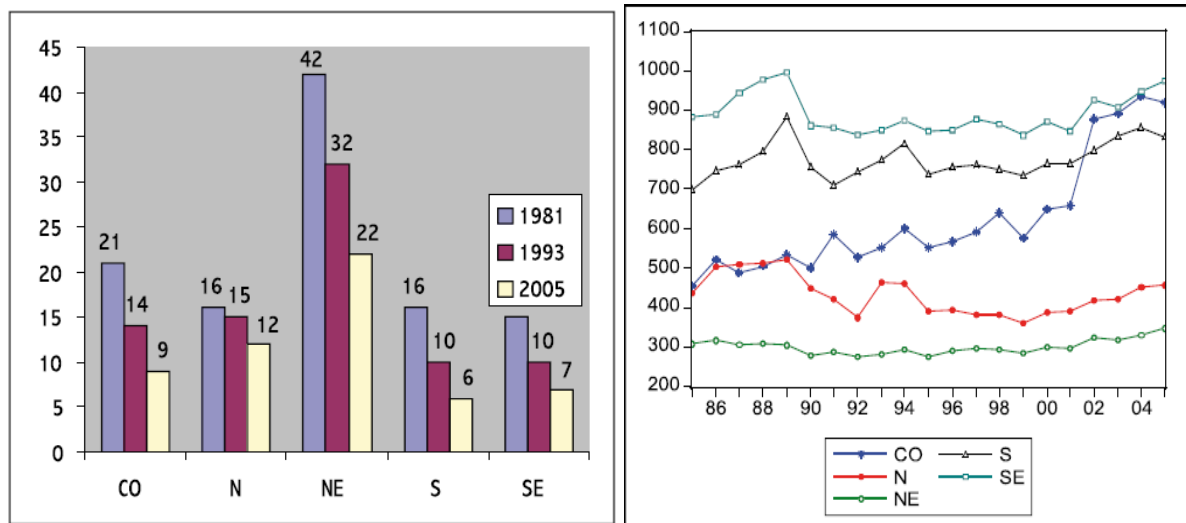


Figura 2. Índice de Analfabetismo, Percentual das Pessoas com 15 anos ou mais e Renda Percapita das Regiões Brasileiras 1985 a 2005.

Fonte: IPEA (2005).

O combate às discrepâncias entre as regiões brasileiras, explicitadas nas Figura 2, foi escolhido como uma das questões e ações principais dos governos do PT e foi a tônica da campanha à reeleição em 2014. Os programas sociais destinados à população economicamente desfavorecida foram priorizados.

O Programa Social mais citado na campanha eleitoral para presidência de 2014 foi o Bolsa Família. Pode-se supor que a priorização de programas sociais e os benefícios produzidos especialmente no Norte e Nordeste constituíssem variáveis que concorreram para a vitória expressiva de Dilma Rousseff na região Nordeste, bem como pode ter afetado a escolha de votos de eleitores beneficiados ou que apoiam esta iniciativa em todas as outras regiões brasileiras.

Outro fator que pode ter influenciado a opção de voto pela candidata Dilma Rousseff seria a identificação com a ideologia e história do Partido dos Trabalhadores (PT).

Dilma Rousseff(PT) – Conquista de novos eleitores - desafios a serem enfrentados a partir de pontos negativos detectados no primeiro turno

Entre as noções que precisariam ser combatidas pela campanha de Dilma, para a conquista de novos votos, destacam-se desafios a crítica à permanência de um mesmo partido no cargo presidencial por 16 anos. Muitos atacavam e relacionavam isto como uma espécie de ditadura construída por práticas populistas e assistencialistas.

Outras questões presentes nas discussões entre eleitores que se opunham à candidata e que precisaram ser abordadas foram: a ausência de medidas e propostas relativas à economia que representassem maior crescimento do país em relação à economia mundial. Os temas saúde e educação também foram destacados. A corrupção, envolvendo membros do PT, bem como as denúncias de corrupção largamente divulgadas pela mídia durante o processo eleitoral de 2014, foi outro tema importante que a campanha de Dilma teria que enfrentar.

Em suma, a candidata **Dilma Rousseff (PT)**, para tentar **manter seus votos**, deveria: (1) fortalecer sua relação com os programas sociais, desenvolvimento e melhora nas condições de vida dos mais desfavorecidos; (2) reafirmar sua relação com a ideologia que representa uma preocupação com a igualdade social. Com o objetivo de **obter novos votos** deveria: (1) estabelecer-se como agente de mudança, mas com o desafio de reafirmar suas convicções e práticas políticas; (2) mostrar-se ligada a preocupações mais comumente relacionadas à classe média, como economia e segurança; (3) desvincular-se das denúncias de corrupção ou vincular-se a estas denúncias de maneira positiva (ex: como figura de combate); (4) buscar reconquistar o eleitorado conquistado por Marina Silva, principalmente, em Pernambuco, estado natal de Lula.

Aécio Neves (PSDB) – Manutenção de votos (perfil dos eleitores do primeiro turno)

A trajetória de Aécio Neves (PSDB) nesta eleição, principalmente no primeiro turno, foi repleta de altos e baixos e expôs, em muitas ocasiões, sua fragilidade ideológica e um discurso de difícil trânsito político.

Aécio, desde a eleição anterior, posicionou-se como líder da oposição e deixou transparente o seu objetivo de se candidatar à presidência em 2014. Afirmou-se como defensor do “legado de FHC” e de posições neoliberais na economia. Criticou o modelo das políticas sociais implementadas pelo PT, que teriam que ser modificadas, e apresentou-se como apoiador das causas do empresariado, em especial das regiões Sul e Sudeste. Tentou também posicionar-se como o candidato das mudanças e da moralidade pública, criticando severamente o posicionamento da sua adversária Dilma (PT), ao mesmo tempo que buscava aproximação com o campo político de Eduardo Campos e Marina Silva (PSB), ainda no primeiro turno.

Com a morte de Eduardo Campos, o crescimento de Marina Silva deslocou-o para o terceiro lugar nas pesquisas de opinião, permitindo que trafegasse na disputa do primeiro turno sem grandes dificuldades já que suas colocações e críticas receberam menor atenção das candidatas Dilma (PT) e Marina (PSB).

Ainda durante a campanha, no primeiro turno, Marina perdeu espaço e o discurso pró capital de Aécio trouxe de volta o eleitorado cativo do PSDB, assim como de um arco político de centro direita. Como resultado do primeiro turno, Aécio Neves carregou consigo para o segundo turno uma segura base de eleitores comprometidos historicamente com o PSDB e com uma perspectiva liberal, econômica e social..

Aécio Neves (PSDB) – Conquista de novos eleitores – desafios a serem enfrentados a partir de pontos negativos detectados no primeiro turno

Aécio Neves tinha como pontos frágeis da sua candidatura a associação da sua imagem com a política econômica neoliberal que era, frequentemente, associada à “herança maldita” do período presidencial de oito anos de FHC e a de ser o candidato dos ricos e das elites. Havia também contradições em seu discurso sobre o tema corrupção: de um lado, sua afirmação de postura pessoal e partidária pela ética e, de outro, denúncias de corrupção em sua gestão.

Aécio tentou, também, de maneira bastante explícita, já no primeiro turno, aproximar-se da família de Eduardo Campos, possivelmente para capitalizar eventuais votos do falecido Eduardo Campos

Finalmente, caracterizou sua atuação na campanha no segundo turno, a partir de sua queda nas pesquisas de intenção de votos, um aumento de agressividade em seus posicionamentos.

O candidato **Aécio Neves (PSDB)** com o objetivo de **manter seus votos** buscou: (1) manter seu discurso voltado para a classe média, com propostas de desenvolvimento econômico global e como apoiador das causas do empresariado, em especial das regiões Sul e Sudeste; (2) afirmar-se como o candidato das mudanças e da moralidade pública. Para tentar **obter novos votos**, buscou: (1) penetrar nas regiões Norte e Nordeste, promovendo-se como um candidato possível para todo o Brasil; (2) concentrar seu tempo e suas ações em Pernambuco, tentando se vincular às imagens de Marina Silva e Eduardo Campos; (3) vincular-se aos programas sociais do PT (garantindo que seriam mantidos e aumentados); (4) desvincular sua imagem como o candidato dos ricos e das elites ; (5) desvincular-se das denúncias de corrupção envolvendo seu nome e partido; (6) comprovar competência política como administrador público, descrevendo conquistas como governador de Minas Gerais.

Com base em tal quadro, as campanhas dos candidatos no segundo turno teriam que utilizar técnicas para fortalecer a imagem positiva de seus candidatos e, simultaneamente, transformar suas imagens negativas em positivas ou viáveis

para o restante dos eleitores, assim como explorar os pontos fracos e as ameaças que cada um constituía para o outro.

Na mídia televisiva, dois instrumentos têm grande força durante a campanha eleitoral: os debates televisionados⁴ e a propaganda eleitoral gratuita.

Para análise, no presente trabalho, foram escolhidos os programas eleitorais gratuitos veiculados pela televisão durante o segundo turno (transmitidos entre o dia 9 de Outubro ao dia 24 de Outubro de 2014), devido à grande abrangência e predileção dos brasileiros por este veículo de mídia e por ser material que é elaborado previamente e que é planejado com o objetivo específico de evocar respostas verbais e emocionais específicas no eleitorado. Além disto, os programas de televisão são o veículo que manipula o maior escopo possível de estímulos, como o uso de recursos de imagens, música e fala.

O presente estudo pretendeu averiguar como os programas de televisão foram organizados com o suposto objetivo de influenciar os comportamentos dos eleitores e, simultaneamente, ainda que de maneira apenas exploratória, pretendeu investigar como outros elementos da mídia (mídia impressa, divulgação de pesquisas de intenção de voto, os debates televisionados e os programas dos adversários) podem ter afetado a elaboração dos programas eleitorais de cada candidato.

Portanto, o presente trabalho buscou responder às seguintes questões:

- (1) Há interferência das manchetes exibidas na mídia impressa sobre os temas abordados nos programas eleitorais gratuitos?
- (2) Há interferência das pesquisas de intenção de voto sobre os programas eleitorais gratuitos? Constata-se interferência na escolha do tema, da linguagem utilizada, ou nas características físicas dos falantes que aparecem nos programas?

⁴ Na campanha para o segundo turno das eleições presidenciais brasileiras de 2014 foram transmitidos ao vivo três debates entre Dilma e Aécio: em 14/10 pela rede Bandeirantes, em 19/10 pela rede Record e em 24/10 pela rede Globo. A análise de tais debates seria ela mesmainteressante e produtivo objeto de estudo Entretanto, não cabe no escopo do presente trabalho.

(3) A partir das proposições de Guerin (2002), é possível perceber diferenças nas respostas verbais dos candidatos quanto a emissão de respostas que se assemelhem a tatos ou de respostas que são obviamente intraverbais, destacando-se a utilização de repetição e reiteração de certos conteúdos?

(4) Qual a diferença entre os programas quanto ao número e estrutura de suas cenas para estabelecer seu candidato com valoração positiva ou valoração negativa?

(5) Como os programas se estruturam quanto à apresentação de temas e propostas e como se distinguem um do outro?

MÉTODO

Procedimento

1. Seleção de fontes

Capas dos jornais “O Globo”, “O Estado de São Paulo” e “Folha de São Paulo”, no período de 08/10 a 24/10; materiais impressos utilizados na construção da figura 4, baseada no site www.manchetometro.com.br. As capas dos jornais foram coletadas nos sites <http://acervo.oglobo.globo.com>; <http://acervo.estadao.com.br/pagina/>; <http://acervo.folha.com.br>.

Capas da revista “Veja” publicadas no segundo turno das eleições. As capas das revistas “Veja” foram consultadas a partir do material impresso original daquele período.

Resultados das pesquisas de intenção de voto realizadas pelos institutos de pesquisa Ibope e Datafolha, coletados através do link: <http://eleicoes.uol.com.br/2014/pesquisas-eleitorais/brasil/2-turno>

Datas dos debates.

Vídeos dos programas eleitorais gratuitos do segundo turno das eleições presidenciais de 2014: Partido dos trabalhadores (PT) e Partido Social Democrático Brasileiro (PSDB), do dia 09/10/2014 ao dia 24/10/2014, coletados no canal de vídeos: www.youtube.com.br Os links de todos os vídeos estão no Anexo I.

2. Preparação para análise de dados

2.1. Transcrição

Foram transcritos todos os 16 programas eleitorais gratuitos do segundo turno das eleições presidenciais de 2014, dos dois candidatos (No Anexo II).

As transcrições foram verificadas pelo autor e por um pesquisador auxiliar.

Todos os programas foram divididos em cenas. Cada cena foi definida, a partir do falante: seu início era determinado pela fala de um indivíduo. A mudança de falante implicou o início de outra cena.

Em cada cena foram descritos:

- a) sua duração, em segundos;
- b) a descrição ou identificação do falante;
- c) a transcrição das respostas verbais do falante;
- d) as imagens que compuseram a cena.

2.2. Descrição e classificação das cenas

Após assistir a todos os vídeos dos programas e após a separação e cronometragem das cenas, todas as cenas ou trechos de algumas cenas⁵ foram classificados destacando-se: (1) o falante, (2) as imagens, (3) as verbalizações e (4) o tema.

2.2.1. O Falante

A descrição de quem é o falante em cada cena foi classificada como:

- narrador em off: quando só a voz do falante era transmitida, sem sua imagem (fala, coral de vozes...);
- apresentador (a): pessoas – um casal de jovens – que participaram de todos os programas eleitorais e em geral se apresentavam como se tivessem a função de interlocução com o eleitor;
- candidato;

⁵ Algumas cenas foram divididas em trechos, quando continham falas ou imagens que tratassem de temas diferentes.

- figuras públicas: falantes conhecidos por parte ou grande parte da população, como: esportistas, cantores, atores, políticos...;
- eleitores: falantes, aparentemente, desconhecidos, que representariam indivíduos representativos de eleitores, tais como: donas de casa, operários, médicos, professores...

2.2.2. *Imagens*

As imagens foram classificadas como:

- imagem de fundo: aquelas que faziam parte do cenário em segundo plano em relação à imagem do falante
- imagem em destaque: aquelas que apareciam quando narrador estava em off, ou seja, ouvia-se a voz sem sua imagem.

Após, esta primeira classificação, as imagens foram reclassificadas, quanto a sua possível função na cena, como:

- emocional: quando a imagem pode já ter sido estabelecida com algum valor emocional e parece ter função de produzir reações emocionais no eleitor (são exemplos: o/a candidato/a discursando, o/a candidato/a abraçando e beijando crianças e idosos, imagem de pessoas se emocionando, imagem do/da candidato/a exaltado/a por multidões, pontos turísticos característicos das cidades etc.).
- ênfase: quando a imagem aparecia para enfatizar o que estava sendo dito vocalmente: como repetição de frases de destaque da fala na tela, imagens que podiam fortalecer ou exemplificar o que estava sendo dito (testemunho sobre a conquista da casa própria e as imagens da casa atrás, descrição de propostas para o país e imagens que ilustram o que é dito...);
- documental: quando a imagem se constituía de um documento, está como manchete de jornal ou dados com “fonte confiável” (fontes

assinadas de entidades estabelecidas, como, por exemplo, IPEA, ou Instituto Datafolha);

2.2.3. *Temas*

Cada cena foi classificada quanto a seu conteúdo, como:

- mudança: quando a verbalização (fala) referia-se à mudança de algo como principal característica de uma proposta, descrição, ou crítica (por exemplo, falas sobre governo novo, novas ideias, novo futuro, ou desfazer-se do velho);
- apoio à candidatura: falas genéricas de apoio (por exemplo: falas de incentivo à vitória, pedidos de votos sem especificação de propostas, elogios ao candidato, declaração de apoio à candidatura); estabelecimento de relação com outra figura pública: tentar estabelecer o candidato como relacionado pessoalmente ou ideologicamente com figuras públicas conhecidas: como artistas, atletas, políticos, líderes sindicais, líderes de movimentos estudantis;
- ideologia: igualdade social, igualdade de oportunidades, visão sobre o povo brasileiro, modelo político, diferenças de classes, priorização das elites, reforma política (limites para doações de campanha, plebiscito, fim da reeleição, fidelidade partidária, eleição unificada, financiamento público das campanhas), integração nacional (tentativa de mostrar um país unificado sem regionalismo, igualdade entre as regiões do Brasil);
- infraestrutura: quando a fala tratava de obras civis, construções, transporte, indústria, ou agricultura;
- economia: quando a fala tratava de crescimento econômico, mercado financeiro, inflação, recessão, política econômica, política salarial, política de emprego;
- políticas sociais: quando a fala tratava de **saúde** (construção de hospitais, rapidez e eficiência no tratamento, acesso a saúde,

médicos, política de saúde), **educação** (crianças na escola, educação infantil, alfabetização, universidades, cursos técnicos, formação profissional), **programas sociais** (Bolsa-Família, Minha Casa-Minha Vida, ou outros programas a serem criados);

- temas negativos: quando a fala tratava de temas que devem ser combatidos, tais como **corrupção** (denúncias de corrupção, combate à corrupção, investigação, casos impunes), **incompetência administrativa, violência**;

2.2.4. Valoração

Após a descrição e classificação do falante, imagem e temas das cenas ou de trechos delas, outra classificação das cenas foi realizada quanto à sua valoração, com o objetivo de classificá-las em três aspectos: quanto ao teor positivo ou negativo para os candidatos/partidos, quanto ao tempo se eram propositivas (se referiam a propostas futuras) ou positivas (benfeitorias já realizadas e críticas ao passado) e quanto à sua valoração em genéricas ou objetivas. Portanto, as cenas ou seus trechos poderiam ser classificados como:

- negativo objetivo: críticas pessoais ao candidato e/ou ao seu partido com apresentação de dados, documentos, ou imagens comprobatórias ou críticas a governos anteriores com comprovação documental;
- negativo genérico: críticas pessoais ao candidato e/ou ao seu partido sem apresentação de dados, documentos, ou imagens comprobatórias, críticas a governos anteriores sem comprovação documental;
- positivo objetivo: elogios pessoais, destaques a qualidades positivas do candidato e/ou seu partido apresentando dados, documentos, imagens, ou relatos de melhorias executadas em governos anteriores com comprovação documental;

- positivo genérico: elogios pessoais, destaques a características positivas do candidato e/ou seu partido, mas sem apresentar dados ou documentos, bem como relatos de melhorias executadas em governos anteriores sem comprovação documental;
- propositivo objetivo: propostas de melhoria descrevendo com detalhes quais as medidas e ações seriam realizadas para alcançar o objetivo;
- propositivo genérico: propostas de melhoria, mas sem descrição precisa do que seria realizado ou quais as medidas a serem tomadas;

2.2.5. Imagem positiva (a favor do candidato) ou negativa do outro candidato (contra o adversário)

Posteriormente, tendo como base a classificação estabelecida na valoração das cenas ou trechos, duas grandes categorias foram formadas, e dividiram todo o material analisado quanto a criar:

- contra o adversário: nas cenas em que o destaque é contra o oponente;
- a favor do candidato: nas cenas em que o destaque é a favor do candidato;

2.3. Organização dos dados para análise

2.3.1. Classificação dos programas de televisão

Para a organização e classificação dos dados, foi construída uma tabela que foi preenchida para cada programa de cada candidato. No Anexo III são apresentadas as tabelas de classificação de cada programa. Devido ao grande

número de páginas, o Anexo III está disponível no CD anexado à contracapa do trabalho, como exemplificado na Tabela 1.

Tabela 1. Exemplo de Classificação de cena

Dilma programa 09/10/2014	Cena 1
Falante	narrador em off
imagens	Imagem em destaque/ênfase e emocional: tela em fundo verde e letras amarelas "Governo Novo. Ideias novas".
tema	Mudança
avaliação	propositivo Genérico
contra o adversário	
favor do candidato	1
Tempo (segundos)	8

Sumarizadas as informações e classificações, tanto para a construção das figuras quanto para facilitar a análise dos dados nos resultados em tabelas para cada programa, iniciou-se a análise, para o que foram construídas figuras que mostram, para cada programa de cada candidato, os resultados das classificações.

2.3.2. Contextualização dos temas destacados

Foram coletados também dados sobre os temas destacados em três jornais de grande circulação – O Globo, O Estado de São Paulo e Folha de São Paulo –,

as capas da revista Veja nas semanas do segundo turno e os resultados das pesquisas de intenção de votos no período.

Os temas destacados nos jornais e nas capas da revista Veja são apresentados em cada dia de programa em um pequeno resumo, contendo: (1) os temas abordados nas manchetes dos jornais; (2) a manchete de destaque da revista Veja da semana; (3) os resultados das pesquisas de intenção de voto quando foram divulgadas; (4) os dias em que ocorreram os debates ao vivo transmitidos pela televisão.

Contudo, partindo-se da hipótese de que os programas para serem planejados, produzidos e editados precisam, no geral, de pelo menos 24 horas, esta pequena contextualização apresentará as manchetes e informações de pelo menos dois dias que antecederam a apresentação do programa.

Desta forma, a organização da análise dos resultados respeitou a ordem cronológica dos programas e os resultados foram apresentados da seguinte forma: (1) contextualização com informações de pelo menos dois dias que antecedem o programa; (2) apresentação da figura e análise dos dados (conforme já descrita nas categorizações dos dados) do programa de cada candidato; (3) análise comparativa dos programas de cada candidato e (4) análise do impacto que os temas e dados apresentados na contextualização podem ter tido sobre o programa.

RESULTADOS

Organização e Apresentação dos dados

Os resultados são apresentados por programa eleitoral e organizados na tentativa de descrever algumas características de contexto de cada programa e então as características do programa.

Para contextualizar cada programa apresenta-se em tabelas: as manchetes dos jornais, do dia anterior ao programa eleitoral televisivo, publicadas em O Globo, O Estado de São Paulo e Folha de São Paulo e os resultados das pesquisas de intenção de voto dos institutos Ibope e Datafolha e de avaliação dos debates nos dias em que houve realização dos debates na TV.

Com base nesse contexto destaca-se, quando é o caso, quais seriam as possíveis temáticas principais que poderiam conduzir a narrativa dos programas de televisão quais os telespectadores (ouvintes) que seriam os alvos principais dos programas.

Para análise das temáticas dos programas foi feita uma descrição geral das cenas principais cenas de cada programa de cada candidato. Nessa descrição explicita-se também a classificação que foi atribuída a cada cena. Essas descrições são apresentadas no Anexo IV.

Para descrição da organização dos programas de televisão, foram construídas figuras que sintetizam por cenas, suas características quanto a: quem é o falante, imagens de suporte, temas apresentados, valoração atribuída ao conteúdo e ao adversário. Cada uma das Figuras 3 a 18 tem os dados de um dia de programas televisivos com dois painéis: no painel superior apresenta-se os resultados do programa do PT e no painel inferior do programa do PSDB. Cada figura foi construída destacando-se as cenas. Como descrito anteriormente cada programa foi classificado em cenas e cada cena foi classificada quanto a: falante, imagens de suporte, temas abordados, valoração dos temas e se a cena e as

falas seriam positivas em relação o candidato ou negativas em relação ao adversário. Nas Figuras 3 a 18 computou-se a duração de cada cena em segundos e apresenta-se em blocos de 3 segundos os resultados. Cada classificação está destacada em linhas. Cada bloco de 3 segundos representa uma coluna de 0,1cm. As colunas em branco separam cenas. Ou seja, a ordem temporal das cenas pode ser vista horizontalmente e o tempo de cada cena pode ser inferido a partir do tamanho (largura) das colunas.

Resultados por dia de programa

Primeiro Programa - 09 / 10/ 2014

Apresenta-se na Tabela 2 as manchetes e os leads (destaques sob as manchetes) dos jornais O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo e de capa e matéria principal da revista semanal VEJA⁶.

As manchetes principais dos jornais, apesar de terem sido negativas para o PT, se distribuíram entre: projeção de encolhimento da economia para o ano de 2014, crítica à “campanha de medo do PT”, e derrota de Dilma em São Paulo.

⁶ A revista VEJA, apesar de ir para as bancas nos Domingos, data suas edições correspondendo ao terceiro dia de seu lançamento, ou seja, a edição que foi para as bancas no dia 05 de Outubro está datada como dia 08 de Outubro (quarta-feira).

Tabela 2. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 08/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do Brasil

Veículo	Manchete	Chamada	Manchetes secundárias
O Globo	Mantega usa tática do medo contra PSDB na economia	Ministro falta a reunião do FMI; Mercadante coordenará campanha de Dilma; Titular da Fazenda fala até em possível corte de programas sociais por tucanos.	<i>Após as eleições: FMI piora projeções para o Brasil em 2015, Escândalos na Petrobrás: Ex-diretor prestará novo depoimento, Nova denúncia de uso dos Correios pelo PT; PSB de Campos e PPS vão apoiar Aécio</i>
O Estado de São Paulo	Dilma admite fracasso em São Paulo e promete propostas	Petista reforçará campanha no Estado; à espera do apoio de Marina, Aécio diz representar 'nova política'	<i>Procurador pede explicação sobre o uso dos Correios, FMI reduz projeção de crescimento do Brasil, Em Brasília, Petista convocou reunião com aliados para demonstrar força e cobrar empenho</i>
Folha de São Paulo	Brasil cresce pouco por problema interno, diz FMI	Fundo corta de 1,3% para 0,3% a projeção de avanço da economia do país para 2014	Dilma admite mau resultado em SP ..., Programa de Aécio só prevê o fim da reeleição em 2022, Grandes agora cortejam Marina...
VEJA	O fator surpresa	Em uma eleição histórica, com 5 viradas, o candidato do PSDB ganha mais 30 milhões de votos de um dia para outro e sai na frente no segundo turno	Bolsa família não é favor de partido político é dever do Estado.

As manchetes secundárias salientaram os temas: corrupção (Petrolão), projeção negativa do crescimento da economia, ataques à campanha do PT (escândalo do Correio), derrota de Dilma em São Paulo e busca de apoio de Marina Silva. Ou seja, no geral, as manchetes relativas a eleição foram praticamente todas negativas ao PT.

Já a revista VEJA, embora tenha apresentado o tema corrupção em manchete secundária, teve como destaque apoio declarado à candidatura de Aécio Neves, concedendo-o até um espaço para entrevista.

Além dos temas discutidos nas revistas, para o planejamento do primeiro programa eleitoral, os resultados do primeiro turno, talvez ainda fossem o fator que mais exercesse controle sobre o planejamento do programa. Tais resultados indicavam que o tema **Mudança** poderia ser o mais relevante a ser trabalhado.

A análise do programa de Dilma revelou de fato duas temáticas principais: Noção de Mudança e Diferenças Ideológicas entre o PT e o PSDB, que foram apresentadas de maneira a estabelecer o PT como o partido da mudança que já começou e o PSDB como o partido do retrocesso, para um tempo de dificuldades para os trabalhadores e para as classes de baixa renda. Desta forma, mesmo que a figura apresente a abordagem de diferentes temas, a maioria deles serviu como fundamento para validar as temáticas principais do programa (No Anexo IV apresenta-se uma descrição detalhada das cenas de cada programa).

A maioria das cenas exibidas no primeiro programa de Dilma tiveram, independentemente de serem valoradas como positivas, negativas ou propositivas (ver Figura 3) a característica de serem objetivas, portanto mais semelhantes a fatos em sua forma, o que pode ter tido a função de fortalecer o estabelecimento de representações sociais)

Já o programa do PSDB teve como um dos focos principais estabelecer o conceito de Mudança como contraposição ao governo petista, principalmente em relação a condutas econômicas e corrupção. O outro objetivo de praticamente todas as cenas parece ter sido apresentar Aécio para o Brasil e fortalecer imagem de político ético e administrativamente competente, apoiado por outros partidos e, principalmente, o de Eduardo Campos.

Na Figura 3 apresenta-se a classificação das cenas em ambos os programas de 09 de outubro. Em ambos os casos não iniciam ou encerram os programas embora estejam presentes. As imagens classificadas como “emocionais” predominam no programa do PT e aquelas classificadas como “ênfase” predominaram no programa do PSDB. Há uma concentração maior em três temas no programa do PSDB: mudança, ideologia e apoio. No programa do PT os temas se distribuem mais.

Chamou a atenção no programa do PSDB a ausência de propostas objetivas, depoimentos de eleitores ou de outras figuras públicas classificadas como positivas objetivas.

Uma importante diferença pode ser apontada quanto a como se configura a narrativa dos dois programas, e que se repete na maioria dos programas

subsequentes. Enquanto o programa do PT mantém o formato: Dilma fala ora criticando o adversário, ora ressaltando realizações de seu governo e suas falas são seguida de cenas com o narrador em *off* ou com eleitores em cenas classificadas como objetivas, confirmando o que havia sido dito pela candidata. Já no programa do PSDB apresenta-se, em geral, um narrador que anuncia o tema que vai ser tratado ou algum evento de que Aécio participou, seguido por cenas com falas e imagens dos eventos.

Esta diferença parece ter exercido, ao longo dos programas, importante função em construir Dilma como uma falante considerada confiável, tornando sua presença mais eficiente em termos em afetar o eleitor de maneira positiva.

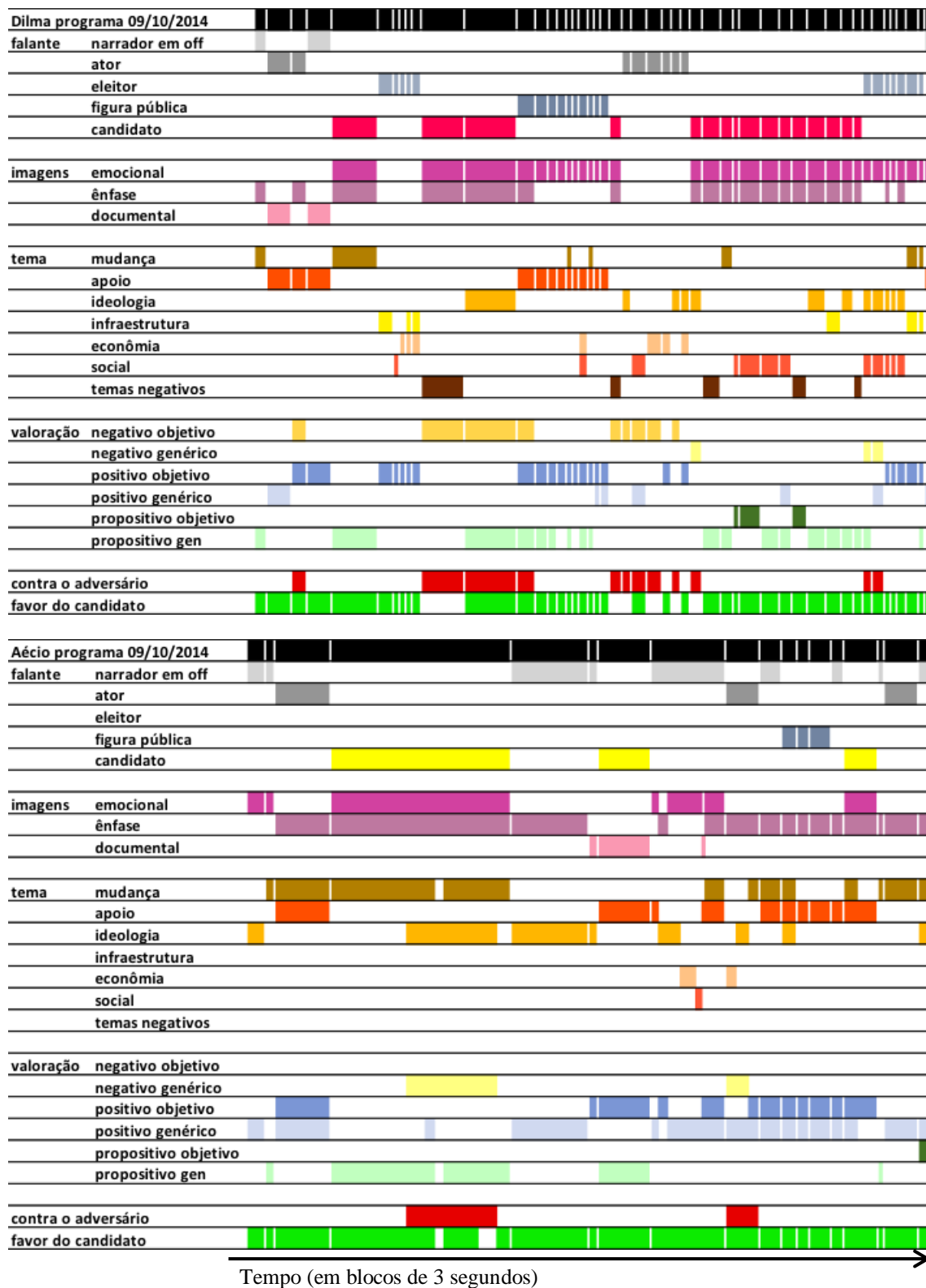


Figura 3. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do PT e PSDB no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 09/outubro/2014. (As colunas em branco sinalizam a mudança de cenas).

Segundo programa - 10/10/2014

Na Tabela 3 apresenta-se uma síntese das manchetes e chamadas principais dos jornais no dia anterior ao programa veiculado em 10 de outubro. Como se vê, há uma mudança importante: até o dia anterior as manchetes, sempre negativas ao governo e ao PT, passam a se concentrar no tema corrupção na Petrobrás.

Tabela 3. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 09/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do Brasil

Veículo	Manchete	Chamada	Manchetes secundárias
O Globo	Costa: desvio na Petrobrás irrigou campanhas de PT, PMDB e PP	Ex-diretor da estatal disse que partidos usaram propinas na eleição de 2010	<i>Preços em alta: Inflação vai a 6,75% e estoura a meta; Petista e tucano trocam ataques sobre o Nordeste</i>
O Estado de São Paulo	Dilma admite fracasso em São Paulo e promete propostas	Petista reforçará campanha no Estado; à espera do apoio de Marina, Aécio diz representar 'nova política'	<i>PF investiga aliados do PT com R\$ 116 mil em dinheiro; Aliado tucano tem até sexta para explicar R\$ 102 mil à Polícia Federal; Inflação aumenta, e governo sugere troca de carne por frango; Procurador arquiva parte da ação sobre aeroporto em Minas; PSB vai apoiar Aécio; tucano menospreza NE, afirma Dilma</i>
Folha de São Paulo	Ex-diretor da Petrobrás diz ter pago propina a partidos	Ex-diretor da Petrobras afirma à Justiça que desvios irrigaram campanhas; envolvidos negam acusações	<i>Inflação vai a 6,75% no ano, a mais alta desde outubro de 2011; FMI: a situação fiscal do país é das piores; Detido com dinheiro é ligado ao PT-MG</i>
VEJA			.

O programa do PT no dia 10 de outubro parece ter sido planejado pelo menos em parte sob controle das denúncias de corrupção do governo de Dilma (como apareceram na imprensa escrita) e buscando conquistar o eleitorado de Marina Silva do primeiro turno (principalmente região norte e nordeste e de baixa renda): as temáticas que deram o tom deste programa foram: Corrupção; e realizações e propostas do governo Dilma para a melhoria das condições de vida da população (ver Anexo IV). O programa teve cenas classificadas como propositiva objetiva para a saúde e positivas objetivas quanto a: investimentos e

melhorias na infraestrutura e nas áreas sociais como os programas (Mais médicos, Ciência sem fronteiras, Prouni e o Minha casa minha vida).

O programa do PT também apresentou eleitores prestando depoimentos. A presença de eleitores do Nordeste (ver Anexo IV) com depoimentos sobre melhorias em suas vidas parece explorar o que Singer chamou de “Lulismo”, e a característica divisão entre classes sociais e regiões diferentes que teria se transformado em questão importante na política brasileira (Singer, 2009).

O programa do PSDB repetiu as principais temáticas do anterior, enfatizando o tema “Mudança” e em claro esforço de fortalecer a imagem do candidato como íntegro pessoalmente e competente administrativamente. O programa também usou bastante o debate veiculado no primeiro turno, pela TV Record.

As cenas sobre fortalecimento de imagem do candidato do PSDB foram classificadas como propositiva ou positiva genérica, mostrando eleitores figuras públicas (principalmente artistas, esportistas e políticos (Geraldo Alckmin, José Serra e ACM Neto) dando apoio à candidatura de Aécio como candidato da “Mudança.” São cenas que, claramente, tinham como intuito a transferência de simpatia dos falantes para o candidato, como discute Almeida.

As temáticas privilegiadas no programa foram Segurança, Desenvolvimento Social, Saúde, Educação, Crescimento e Infraestrutura, Essas cenas foram classificadas como propositivas e propositivas objetivas, mas permanece a ênfase em um mote genérico - “Mudança” – o que leva a um programa com cenas classificadas principalmente como positivas genéricas ou negativas genéricas (críticas à candidata Dilma)

Outra diferença entre os programas do PT e do PSDB, como mostra a Figura 4 está na estrutura dos programas, ou seja, na forma e ordem em que as cenas e falantes se alternam, formando a narrativa do programa. O programa do PT mantém o formato: Dilma fala ora criticando o adversário, ora ressaltando realizações de seu governo e é seguida por cenas com o narrador em *off* ou com eleitores com depoimentos e imagens classificadas como objetivas, confirmando o que havia sido dito pela candidata. Já no programa do PSDB em geral um

narrador anuncia o tema que será tratado ou evento em que Aécio participa e é seguido por cenas com as falas e imagens previamente introduzidas.

Como está indicado na Figura 4, mais uma vez os candidatos não iniciam ou encerram os programas. Destaca-se no dia 9 de outubro a presença maior da candidata do PT do que do candidato do PSDB e que o programa do PT teve principalmente cenas dos chamados temas negativos (nesse caso, principalmente corrupção) enquanto o programa do PSDB teve principalmente cenas de apoio a Aécio feito por depoimentos de artistas e políticos.

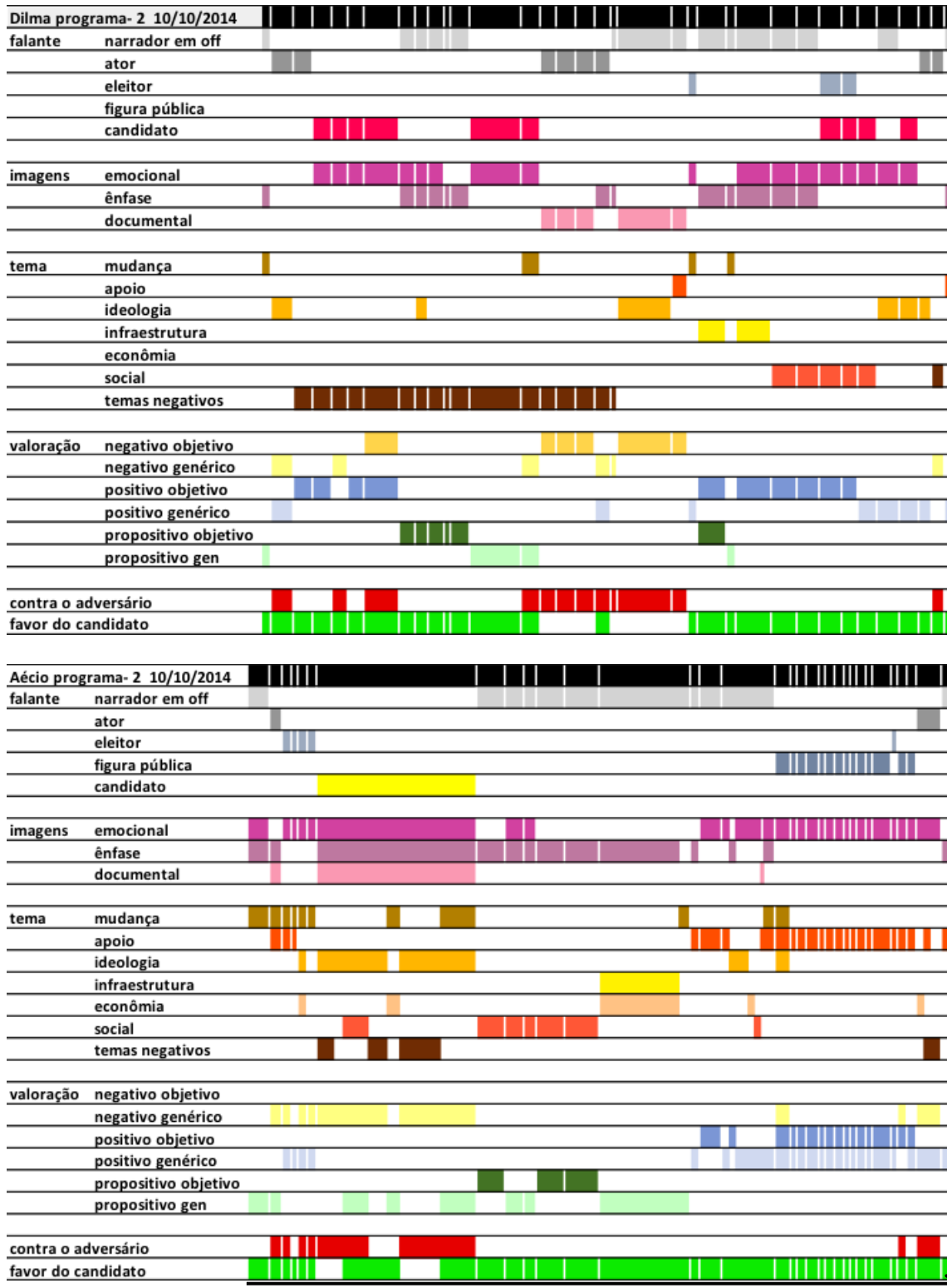


Figura 4. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do PT e PSDB no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 10/outubro/2014. (As colunas em branco sinalizam a mudança de cenas).

Terceiro programa- 11/10/2014

O terceiro dia dos programas eleitorais foi mais uma vez precedido de manchetes sobre corrupção na Petrobras com claras alusões ao papel que o PT teria, como mostra a Tabela 4.

Tabela 4. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 10/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do Brasil

Veículo	Manchete	Chamadas	Manchetes secundárias
O Globo	Delação detalha fatiamento de propinas dentro da Petrobrás		<i>PT, PMDB E PP dividiam dinheiro, dizem delatores, Esquema desviava 3% do valor dos contratos, Cartel de corrupção tinha 13 empreiteiras, Lula cedeu a pressão para nomear Costa</i>
O Estado de São Paulo	PT recebia 3% dos contratos da Petrobrás, diz ex-diretor	Costa afirmou em depoimento à Justiça que tesoureiro do partido operava desvios na estatal	<i>30 empresas fizeram 63% das doações à nova Câmara</i>
Folha de São Paulo	Tesoureiro recebia propina para o PT, dizem delatores	Costa e Youssef afirmam que dinheiro desviado da Petrobras ia para Vaccari Neto; petista nega	<i>País se divide entre Aécio, 51%, e Dilma, 49%, Marina faz nova exigência para declarar apoio a chapa tucana, Crescimento baixo do Brasil traz receio à Bolívia, diz Evo</i>
VEJA			.

No terceiro dia de campanha do segundo turno os programas do PT e do PSDB foram bastante diferentes nos temas que abordaram e nas estratégias que parecem empregar para convencimento do eleitor. O programa do PT (ver Anexo IV) caracterizou-se por uma clara tentativa de marcar diferenças ideológicas com o PSDB e de fortalecer a imagem de Dilma junto ao eleitor jovem. O programa do PSDB buscou enfatizar a figura do candidato como político responsável e indivíduo respeitável e por re apresentar os apoios recebidos de artistas, esportistas e políticos.

Destaca-se mais uma vez as diferenças na ordem da narrativa dos programas.

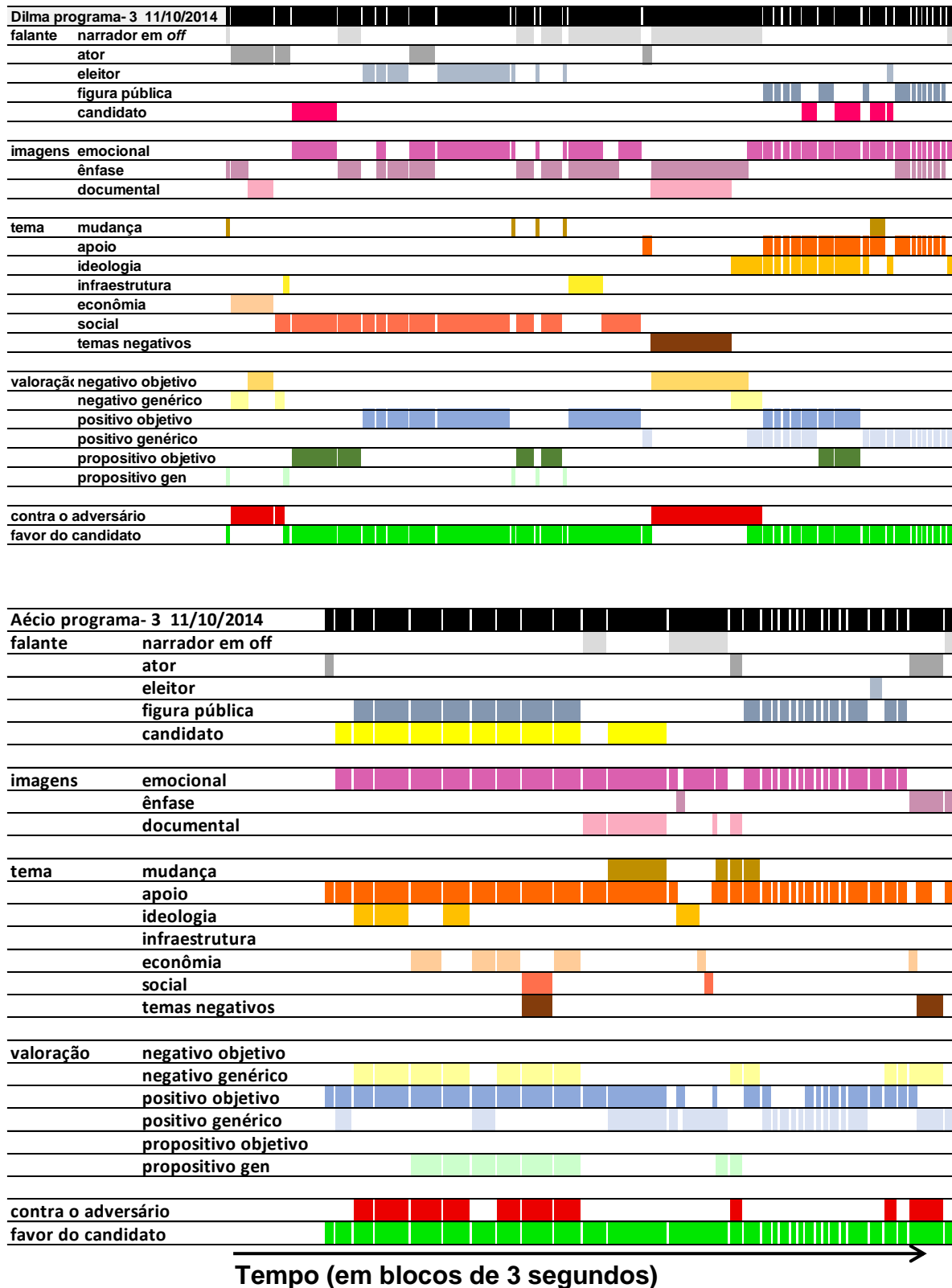


Figura 5. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do PT e PSDB no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 11/outubro/2014.

Como mostra a Figura 5, o programa do PSDB teve mais cenas classificadas como negativas, mas em sua grande maioria foram classificadas como genéricas, enquanto o programa do PT teve menos a maioria das cenas classificadas como objetivas. As cenas classificadas como positivas ou propositivas também foram mais frequentemente classificadas como objetivas no programa do PT. No programa do PSDB, 24 das 26 cenas positivas objetivas foram de depoimentos de apoio de figuras públicas.

Destaca-se também a reutilização de cenas de programas anteriores no programa do PSDB e a tentativa do programa do PT de atingir públicos específicos: jovens e o eleitorado do Nordeste. Assim, enquanto o programa do PSDB parece voltado a fortalecer o eleitorado já potencialmente conquistado, utilizando argumentação e estrutura semelhante aos programas anteriores, o programa do PT parece mais voltado a estabelecer marca própria que seria a ênfase e o compromisso com conquistas sociais da população mais carente e a buscar novos eleitores, em Pernambuco e entre os jovens. Destaca-se que a pesquisa de intenção e votos veiculada na imprensa pode ter impactado o planejamento do programa do PT, uma vez que os resultados registrados mostraram a perda de votos do PT entre jovens e no estado de nascimento e influência de Eduardo Campos.

Quarto programa – 12/10/2014

As principais manchetes no dia 11 de outubro voltaram a tratar da “corrupção na Petrobrás”, mas sempre vinculando o evento à campanha: todas opõem os dois candidatos e em todas a candidata do PT e apresentada como em posição de defesa de uma acusação.

Se tais manchetes influenciassem diretamente o planejamento dos programas eleitorais poder-se-ia supor que o programa do PT teria duas alternativas (a) recusar a acusação, ou (b) acusar o adversário. Já o programa do PSDB precisaria apenas acusar o adversário.

De fato em parte, pelo menos é o que ocorreu. O programa de televisão do PSDB, transmitido em 12 de outubro faz críticas ao PT e aos governos do PT, concentrando-as nas políticas econômicas de controle de inflação e crescimento econômico. O programa também insiste na apresentação de apoios públicos à candidatura de Aécio e n sua apresentação como individuo sério e competente. O programa faz também clara tentativa de enfraquecer a credibilidade de Dilma e simultaneamente promover o PSDB como partido que contribuiu para o crescimento brasileiro, apresentando documento em que Dilma elogia o plano econômico de Fernando Henrique Cardoso, quando presidente

Tabela 5. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 11/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do Brasil

Veículo	Manchete	Chamadas	Manchetes secundárias
O Globo	Divulgação de depoimentos opõe Aécio e Dilma	Petista diz que liberação é golpe; Tucano vê 'assalto' à Petrobrás; Juiz que ouviu Paulo Roberto Costa, ex-diretor da estatal, e doleiro Alberto Youssef afirma que os interrogatórios não estavam sob sigilo	<i>Ex-diretor aponta cartéis também em contratos fora da Petrobras; Grupo de Marina reduz exigência para apoiar Aécio; Emprego sem fôlego: Geração de vagas deve ser a menor em 14 anos</i>
O Estado de São Paulo	Dilma diz que oposição usa caso Petrobras para dar 'golpe'	Presidente critica governos anteriores e sugere 'manipulação política' nas investigações sobre a empresa	<i>Aécio: depoimentos são 'estranhos'; Partidos indicam sete diretores da estatal</i>
Folha de São Paulo	Dilma diz que oposição usa caso Petrobras para 'golpe'	Presidente ataca o que chama de 'uso eleitoral' da investigação na estatal	<i>Ex-diretor da Petrobras atuou para campanha do PT no Rio; Mantega rebate crítica e afirma que FMI se contradiz; Pela 1ª vez desde 2003, miséria para de cair no Brasil; PT barra perguntas de jornalistas, e Folha desiste de debate; Fiel a si mesmo, Suplicy foi vítima das traições do PT</i>

O programa do PT, por sua vez, concentra-se em apresentar resultados dos governos petistas no combate à pobreza, distribuição de renda e educação. Para tanto, apresenta depoimentos de eleitores, dados de desempenho e afirmações da candidata sobre propostas. Em clara tentativa de diminuir os efeitos de notícias negativas sobre seu governo e sobre o PT, a própria candidata declara a

parcialidade da imprensa: apresenta dados oficiais sobre desempenho econômico e social do país e os contrapõe a notícias.

Também porque o quarto programa coincidiu com a data comemorativa do dia das crianças, uma das temáticas principais do programa do PT foi a criança e as melhorias nas condições de vida nos governos do PT. Outra temática abordada, possivelmente sob controle das incessantes denúncias da mídia envolvendo seu governo, foi a corrupção.

Na comparação entre os dois programas quanto ao conteúdo negativo contra o outro candidato, o programa de Aécio apresentou mais cenas com este objetivo e aumentou a objetividade de suas críticas em relação aos programas anteriores. Já o programa de Dilma, apesar de menos negativo em geral, quando o foi, teve características negativas objetivas (ver Figura 6).

Novamente o programa de Dilma foi mais propositivo e mais objetivo do que o de Aécio. Outro aspecto a se destacar é a insistência no uso de repetições de cenas de programas anteriores no programa de Aécio. Outra clara distinção entre os programas é a apresentação de cada candidato e de um lado o foco em políticas sociais e de outro em políticas econômicas.

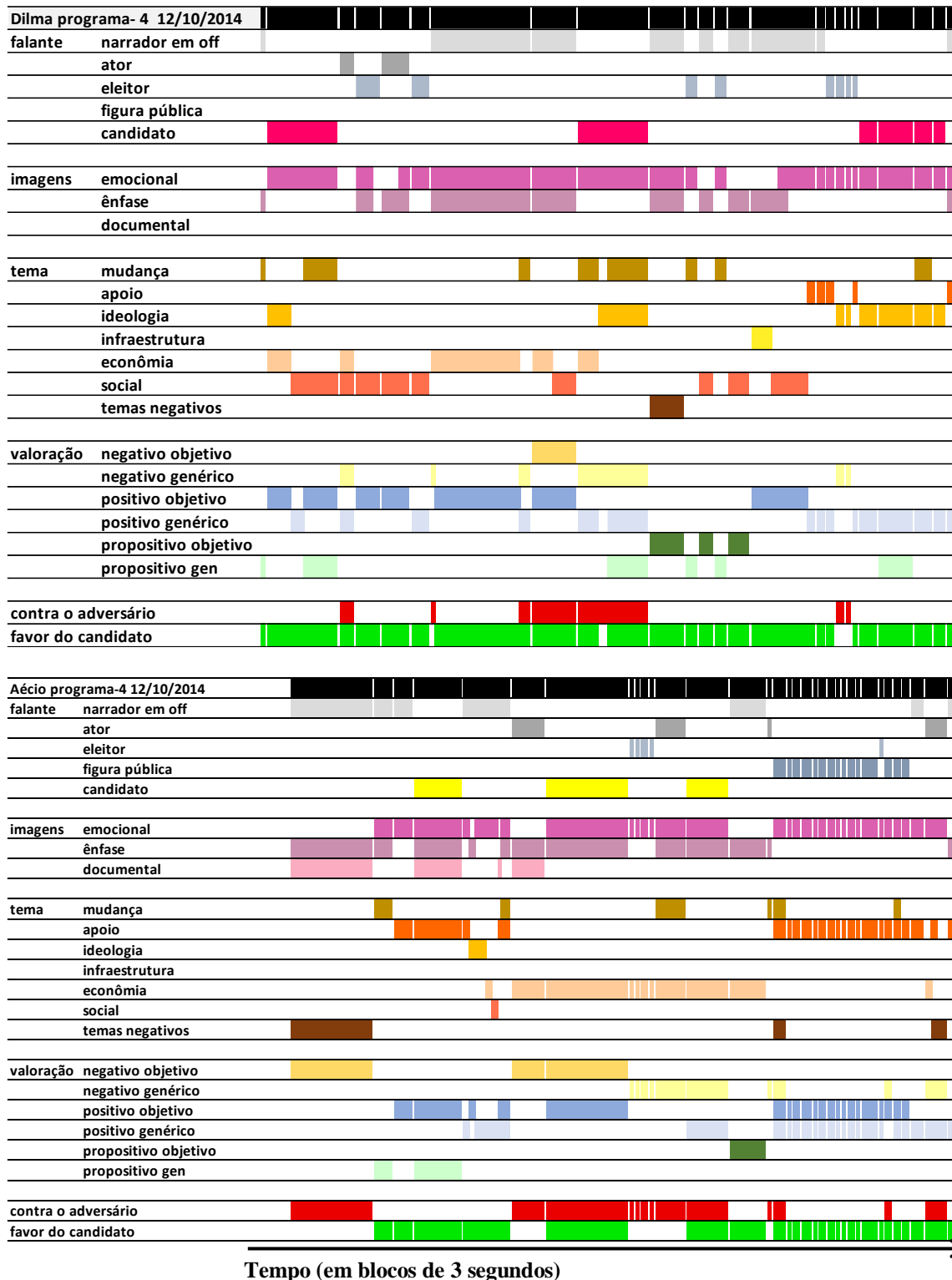


Figura 6. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do PT e PSDB no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 12/outubro/2014

Quinto programa – 13/10/2014

Depois de vários dias, as manchetes da imprensa escrita não foram exclusivamente sobre a “corrupção na Petrobrás”: O Globo tratou de corrupção, mas descrita como generalizada entre políticos. O Estado de São Paulo e Folha de São Paulo trataram da disputa eleitoral. Esta ênfase na disputa, como disputa partidária também caracterizou os programas de televisão do dia seguinte.

Tabela 6. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 12/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do Brasil

Veículo	Manchete	Chamadas	Manchetes secundárias
O Globo	Quase metade dos campeões de voto está sob investigação	Ações vão de desvio de recursos a crimes de tortura e falsidade ideológica	<i>Aécio espera hoje no apoio de Marina; Dilma quebra promessa e ataca tucano; Candidatos fazem promessas vagas para a saúde; A agenda eleitoral não interessa ao eleitor; Tudo pronto para Mariana apoiar Aécio</i>
O Estado de São Paulo	Dilma prepara novo pacote para agradar a empresários	A simplificação tributária também é uma das bandeiras do tucano Aécio Neves na campanha; 34 é o total de pacotes de estímulo à economia já anunciados pelo governo Dilma	<i>Aécio aceita parte das bandeiras de Marina; Pernambuco. Em carta de apoio a Aécio, Renata, viúva de Eduardo Campos, diz que o 'Brasil pede diretor de mudança'</i>
Folha de São Paulo	'Choque de gestão' de Aécio em MG teve efeito limitado	Contas estaduais declinaram no 2º mandato do tucano como governador	<i>O silêncio das ruas; (Candidatos que usaram os protestos de junho de 2013 como mote de campanha não se deram bem nas urnas); Patrimônio de ex-diretor da Petrobras tem alta de 340%; Cidade berço do Bolsa Família não dá bolsa para todos</i>

O quinto programa do PT estabeleceu três temáticas bem claras: diferenças ideológicas entre o PT e o PSDB (trazendo de novo a questão da polarização dos partidos e do eleitorado que representam); priorização dos eleitores do Nordeste e fortalecimento da relação de continuidade entre seu governo e o de Lula.

Ambos os programas do dia 13 de outubro tiveram forte apelo emocional e se caracterizaram pela apresentação de apoios que marcaram a campanha: no

programa do PT, Lula aparece pela primeira vez, declarando seu apoio a Dilma, estabelecendo relação de continuidade entre seus governos e o de Dilma e afirmando a necessidade de tal continuidade para a manutenção de conquistas sociais e econômicas, especialmente para os “mais pobres”. No programa do PSDB, quase a metade do tempo foi dedicada ao apoio da família de Eduardo Campos a Aécio. Outra parte foi dedicada ao apoio de Marina Silva. Nesses casos, os apoiadores explicitam a necessidade de mudança e de oposição ao PT. Ambos os programas têm, como mostra a Figura 7, forte conteúdo emocional.

Vale destacar que ambos os programas disputaram também os eleitores do Nordeste: tanto nas falas dos apoiadores (Lula, familiares de Eduardo Campos e Marina Silva), como nas propostas apresentadas: todos trataram de propostas de políticas sociais, tais como as políticas de distribuição de renda (bolsa família, por exemplo), as políticas para educação (especialmente fundamental) e as políticas de habitação (especialmente, habitação popular).

Ambos os programas foram, mais uma vez, marcados também por cenas em que as diferenças “ideológicas” entre PT e PSDB foram enfatizadas.

Destaca-se, como mostra a Figura 7, que todas as cenas do programa do PSDB, de 13 de outubro, foram classificadas com imagens de conteúdo emocional e praticamente todas trataram dos temas: mudança, apoio, ou ideologia. No mesmo dia o programa do PT teve várias cenas com imagens classificadas como ênfase e, apesar da semelhança com o programa do adversário no sentido de tratar boa parte do tempo do tema ideologia, também abordou os temas economia e políticas sociais.



Figura 7. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do PT e PSDB no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 13/outubro/2014

Sexto programa – 14/10/2015

As manchetes principais e secundárias e as chamadas dos jornais no dia 13 de outubro, como mostra a Tabela 7, novamente noticiaram a disputa para a presidência da república, destacando o apoio de Marina Silva ao candidato do PSDB e a reação do PT a tal apoio.

Tabela 7. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 13/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do Brasil

Veículo	Manchete	Chamadas	Manchetes secundárias
O Globo	Marina apoia Aécio, e Dilma só vê ‘uma pessoa, um voto’	Candidata derrotada do PSB afirma que ‘alternância de poder fará bem ao país’; Ex-senadora anuncia decisão um dia após tucano divulgar carta em que aceitava parte do programa dela e receber a adesão da família de Eduardo Campos. Para a presidente, não há transferência automática nas urnas	<i>PSB troca Executiva dividida entre PT e PSDB</i>
O Estado de São Paulo	Marina declara apoio a Aécio e defende ‘alternância de poder’	Candidata compara carta do tucano à de Lula em 2002; Aécio diz que os dois são ‘um só corpo em favor do Brasil	<i>Dilma minimiza adesão; Texto mostra acordo entre Petrobras e doleiro, diz PF; OCDE critica contas públicas do Brasil; Brasília, epicentro do desastre</i>
Folha de São Paulo	Marina compara Aécio a Lula ao dar seu apoio a tucano	Terceira colocada no 1º turno equipara compromisso do tucano na área social à ‘Carta ao Povo Brasileiro’ do petista.	<i>Jaques Wagner: O povo sabe que tem santo e diabo em todo partido</i>

No sexto programa do PT as temáticas principais foram: eleitorado do Nordeste, destacando obras e benefícios na região, e o fortalecimento da relação de continuidade entre os governos de Lula e Dilma. O programa repetiu o padrão de sequência narrativa já vista em programas anteriores: os apresentadores introduzem um tema, Dilma estabelece as diferenças entre PT e PSDB e trata de benefício e avanços já obtidos, propostas são feitas e cenas que indicam avanços e melhorias ligados a programas governamentais são apresentadas com o narrador em off.

Além do tema Nordeste, no 6o programa do PT apareceu pela primeira (o que se repetirá) cenas de diálogos entre Dilma e Lula: em montagens, ambos

aparecem tratando de um tema, como se, de fato, fossem uma só entidade. São cenas de apelo emocional, mas que também trazem informações e por isso tendem a ser classificadas como positivas objetivas.

Assim, embora tenham estratégias de apresentação distintas, tanto o programa eleitoral do PT como o do PSDB repetidamente apresentam outros políticos como apoiadores: no programa do PT a figura pública mais importante é Lula, no programa do PSDB aparecem políticos históricos do PSDB (Alckmin e Serra, por exemplo), Marina Silva e Tancredo Neves.

O 6o programa de televisão do PSDB teve como temáticas principais: “Fortalecimento e formação da imagem do candidato” e “Ataque à campanha de Dilma”: repetiram-se cenas com currículo da vida pessoal de Aécio, sua relação com Tancredo Neves e seu histórico político como deputado e governador de MG, suas relações com figuras internacionais, apoio de artistas

Destaca-se que estas cenas que se repetem em vários programas trazem um viés na análise, pois foram classificadas em sua introdução como positivas objetivas quanto ao estabelecimento da relação entre o candidato Aécio e as figuras públicas que aparecem na cena, mas contêm os discursos com classificação genérica. Das 26 cenas classificadas como positivas objetivas apenas 5 tinham conteúdo consistente com o tema apresentado na cena.

No programa de PSDB destacou-se também cena de ataque à campanha do PT, que foi chamada de “campanha de medo da candidata Dilma”. Assim, estabeleceu-se um ataque direto à campanha adversária, que se reflete claramente na Figura 8 que mostra a maior incidência, se comparada a programas anteriores de cenas classificadas como negativas.

Mais uma vez parece que apesar de suas semelhanças parece haver uma diferença importante entre os programas eleitorais: no programa do PT aparecem mais “dados” e suas cenas parecem mais próximas do que se chamaria um tato baseado no que é visto “no outro”, “na sociedade”, o que acontece até mesmo nas cenas de apoio à candidata. Já no programa do PSDB há mais recurso do “apoio de figuras públicas”, reproduzindo noção divulgada pela mídia do “desejo de mudança”. Assim, um conteúdo que parece tato (o que desejamos) se caracteriza

mais como um tato em que variáveis privadas e individuais seriam mais importantes que variáveis relacionadas com características sociais.

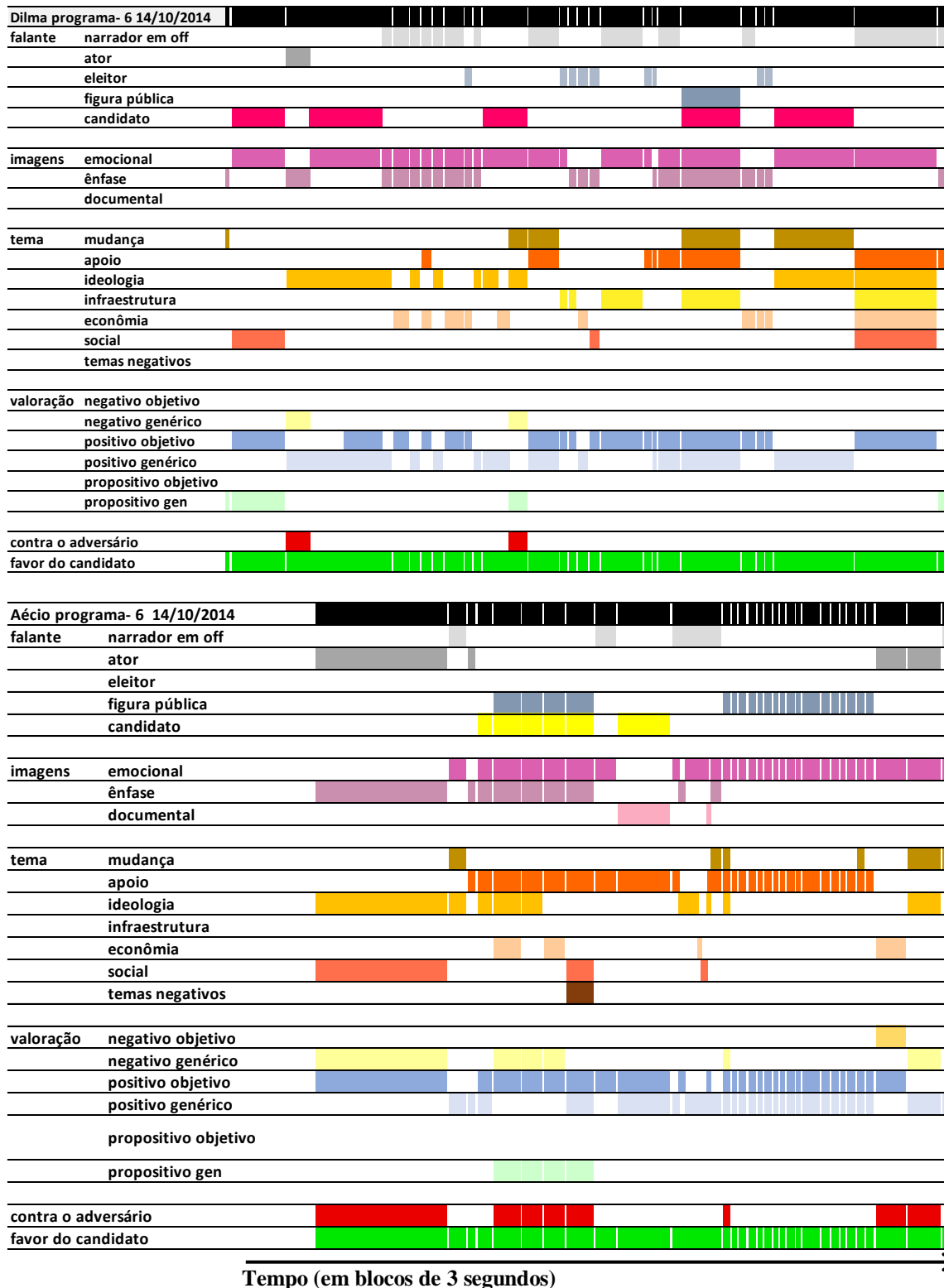


Figura 8. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do PT e PSDB no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 14/outubro/2014

Sétimo programa – 15/10/2014

No dia 14 de outubro as manchetes dos três principais jornais brasileiros trataram de distintos temas. No entanto, as manchetes secundárias e chamadas mantiveram, em sua maioria, o foco nos temas de corrupção (caso Petrobrás) e na disputa eleitoral, com forte conotação negativa ao PT e, especialmente, a candidata Dilma. Em relação à campanha eleitoral as manchetes trataram de estratégias de campanha: por exemplo, regiões-alvo das campanhas, apoios, estilos dos candidatos nos debates eleitorais.

Tabela 8. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 14/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do Brasil

Veículo	Manchete	Chamadas	Manchetes secundárias
O Globo	MP e magistrados apoiam juiz do caso Petrobras	Entidades reagem à Dilma e dizem que atuação na Lava-Jato é imparcial e apartidária; Associação de juízes manifesta 'total apoio e confiança no trabalho desenvolvido ... pela Justiça Federal do Paraná; PT volta a pedir acesso à delação de ex-diretor da estatal	<i>Dilma e Aécio voltam a duelar na TV; TCU vê irregularidades em mais uma obra da Petrobras; Emprego decepciona em setembro; Inflação afeta venda no varejo; Ao sabor das pesquisas: bolsa sobe com corrida eleitoral; Para Carvalho, campanha vive 'momento delicadíssimo'; Grupo pró tucano assume o comando do PSB; Dilma e Aécio priorizam disputa em 5 estados</i>
O Estado de São Paulo	Bolsa tem a maior alta em 3 anos com cenário eleitoral	Ações de estatais dispararam e o índice Bovespa subiu 4,78%; dólar caiu 1,2% e fechou cotado a R\$ 2,389	<i>Governo negocia com o BNDES (O governo vai renegociar R\$ 130 bilhões de empréstimos concedidos pelo Tesouro ao BNDES; Juiz da Lava-Jato é alvo de ataque do PT e elogio do PSDB; Aécio quer Marina no programa de TV</i>
Folha de São Paulo	Vaticano defende maior aceitação de homossexuais	—	<i>Ministro diz esperar que, morto, Campos avalie ações de Lula; Ao apoiar Aécio, PSB joga a sua história no lixo; Para Jerfferson, caso Petrobras é último ato do mensalão; Minas não divulga gastos ao anunciar em rádios e jornal da família de Aécio</i>

Nos programas eleitorais de 15 de outubro ambos os candidatos utilizaram o debate promovido pela rede Bandeirantes e televisionado no dia anterior como base (ver Anexo IV). Os programas, portanto, como mostra a Figura 9, tiveram mais cenas protagonizadas pelos candidatos e mais conteúdo negativo – de crítica

ao adversário. Como mostra a Figura 9, o programa do PT teve 24 cenas classificadas como negativas. O programa do PSDB teve sete cenas com classificação negativa, mas sua duração é considerável. Outra característica das classificações negativas é que elas, nesse programa, ocorreram em cenas em que o candidato era criticado e não apenas suas ideias ou propostas.

O programa do PT destacou o papel da candidata Dilma no combate à corrupção, a conivência quanto aos sinais de corrupção no PSDB, o nepotismo; falta de transparência e a má-administração do candidato adversário nas áreas de saúde e educação e a derrota do adversário em seu estado no primeiro turno das eleições.

No programa do PSDB o candidato destacou a falta de confiabilidade das informações e dados da campanha do PT, defendeu seu governo em Minas Gerais; e combateu a ideia de polarização do eleitorado entre classes sociais e regiões (Integração Nacional).

Novamente pode-se salientar o caráter menos objetivo dos conteúdos das cenas do programa do PSDB, embora o programa tenha tido mais cenas classificadas como positivas e propositivas do que o da adversária. Provavelmente esta característica tenha vindo principalmente de algumas temáticas que guiaram esse programa: integração nacional e defesa do governo do PSDB e de Aécio em Minas Gerais.

Cabe ressaltar aqui que os temas escolhidos no programa parecem refletir diretamente estratégias de campanha que devem ter sido delineadas a partir de pesquisas pois, além dos temas que emergiriam quase naturalmente a partir das manchetes, tal como corrupção, outros são destacados como, por exemplo: para o PSDB o caráter nacional que é necessário a uma campanha e que estaria ausente na campanha do PT, ou melhor, a necessidade de que a campanha do PSDB tenha repercussão no Nordeste e entre os mais pobres Para o PT, o papel dos governos como articuladores e executores de políticas sociais que de fato trouxeram benefícios aos mais pobres e ao país, entre eles o de reconhecimento de boa administração pública e de maior transparência nas ações.

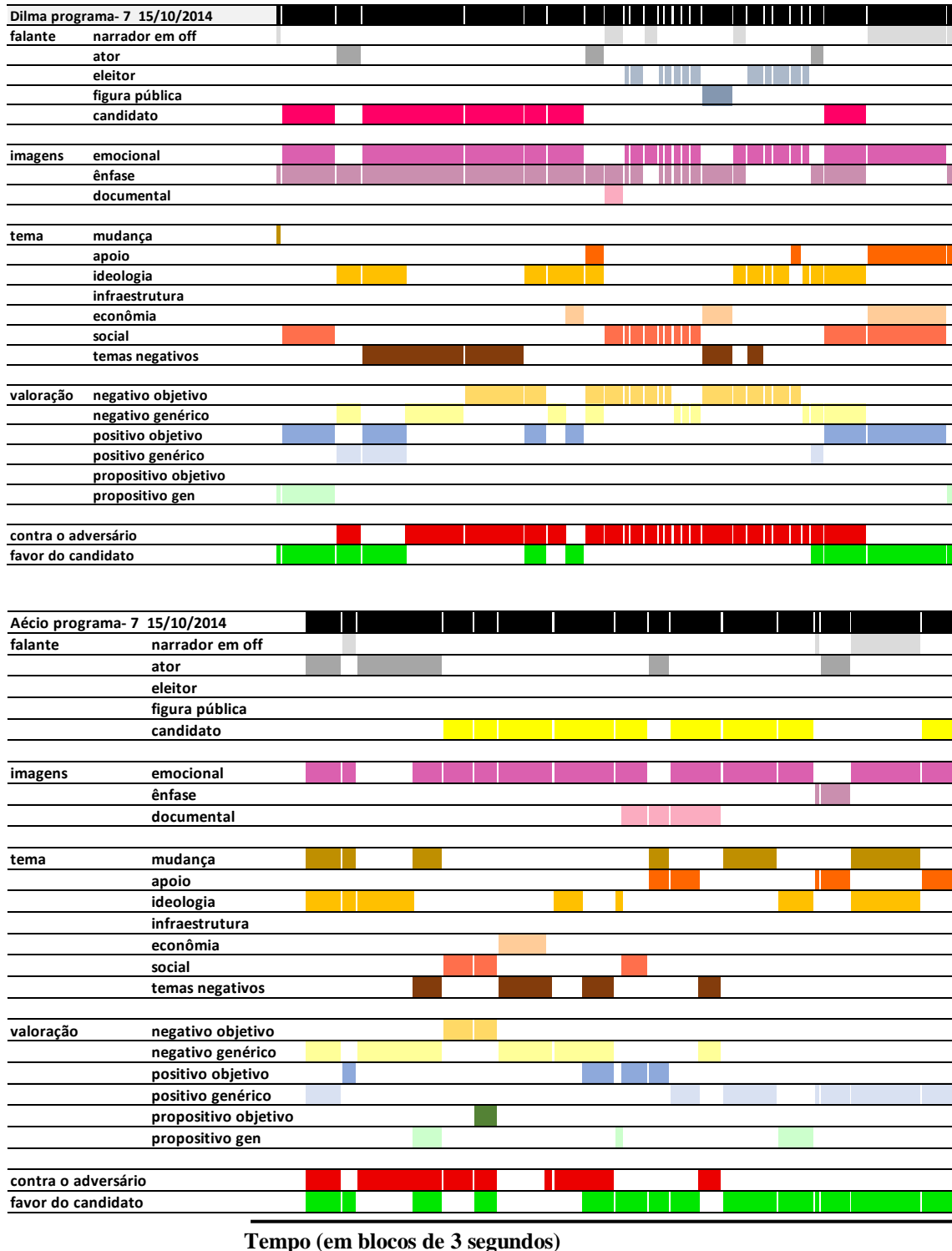


Figura 9. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do PT e PSDB no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 15/outubro/2014

Oitavo Programa – 16/10/2014

No dia 15 de outubro aparecem nas manchetes questões relacionadas à chamada crise hídrica. Mas a maior parte das manchetes continua tratando da campanha eleitoral, com conotações negativas à candidata Dilma (ver, por exemplo, manchete da Folha de São Paulo e do O Estado de São Paulo), de caso de corrupção ou má-gestão na Petrobrás, ou de dados negativos da economia, atribuídos à má-gestão do governo.

Tabela 9. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 15/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do Brasil

Veículo	Manchete	Chamadas	Manchetes secundárias
O Globo	Seca reduzirá economia no horário de verão	—	Dilma e Aécio voltam a duelar na TV; TCU vê irregularidades em mais uma obra da Petrobras; Emprego decepciona em setembro; Inflação afeta venda no varejo; Ao que tudo indica, decisão será nos detalhes; Os campos de corrupção na Petrobras; Crise hídrica está fora da campanha; Faltam bom senso e diálogos mais razoáveis
O Estado de São Paulo	Dilma tem mais aliados, mas aparece menos na campanha	No 2º turno, presidente está na propaganda de 5 dos 16 apoiadores; já Aécio foi exibido por 7 dos 10 candidatos	Pressão da PF; Sabesp ignora ordem e libera menos água para Campinas; José Dirceu pode obter prisão domiciliar
Folha de São Paulo	Troca de acusações entre Aécio e Dilma domina debate na TV	Dilma Rousseff (PT) e Aécio Neves (PSDB) durante o primeiro debate eleitoral na TV do segundo turno presidencial	Ala do PT defende que Dilma admita erros na gestão da Petrobras; Partido falhou ao levar com a barriga o caso da estatal; Falta de água atinge todas as regiões de SP; Folha identifica corte no fornecimento em 24 bairros; Sabesp nega racionamento; Queda do preço do petróleo zera defasagem da gasolina no país

A temática principal do 8o programa do PT foi realçar as realizações e propostas dos governos, principalmente em relação à população de baixa renda, salientando nesta exposição, as diferenças ideológicas com o PSDB.

O 8o programa do PSDB repetiu as temáticas destacadas no dia anterior: crítica à campanha de Dilma; defesa de críticas a seu governo em Minas Gerais; fortalecimento da imagem de político honesto que combaterá a corrupção.

Acrescentou-se nesse 8o programa novo tema, aparentemente em clara resposta aos programas do PT e, possivelmente, ao desempenho do partido nas pesquisas de intenção de votos: a temática principal do programa foi o apelo ao eleitor do Nordeste.

Destaca-se que no programa do PSDB no dia 16 de outubro praticamente só foram exibidos trechos de cenas já apresentados em outros programas, com repetição na íntegra da maioria das cenas. Somente a primeira e a últimas cenas foram originais.

A comparação entre os programas eleitorais, possibilitada pela Figura 10, indica também diferenças importantes entre os programas, as quais podem ter tido impacto no resultado final das eleições, auxiliando eleitores a tomar decisão,

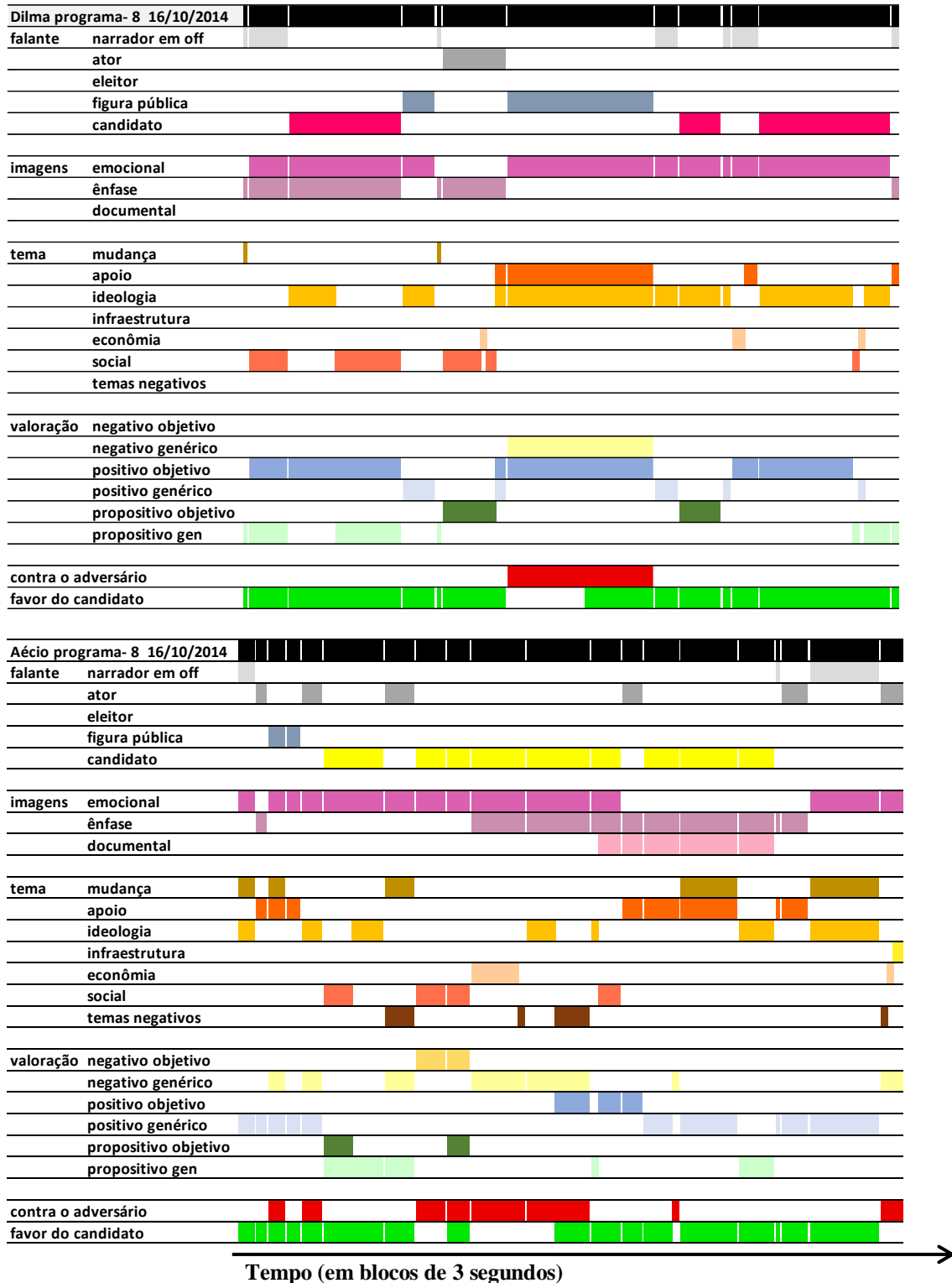


Figura 10. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do PT e PSDB no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 16/outubro/2014

Essas diferenças concentram-se primeiramente nos temas abordados pelos programas. No programa do PT a maior parte do tempo foi dedicada a temas sociais, ideologia e apoio. No programa do PSDB há maior dispersão nos temas tratados e aparecem bem mais temas negativos (nesse caso, corrupção).

A classificação chamada de valoração também revela diferenças: o programa do PT tem mais cenas classificadas como positivas objetivas e o do PSDB classificadas como positivas genéricas.

Nono programa – 17/10/2014

No dia 16 de outubro a mídia impressa voltou a dar destaque às pesquisas de intenção de votos: os resultados apontavam “empate técnico” entre os dois candidatos à presidência.

Tabela 10. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 16/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do Brasil

Veículo	Manchete	Chamadas	Manchetes secundárias
O Globo	Disputa fica estável apesar de agressões	Ibope e Datafolha mostram empate técnico entre Aécio e Dilma; Após dez dias de troca de acusações e ofensas entre os candidatos à Presidência no segundo turno, tucano continua em vantagem numérica nos dois levantamentos, com 45% das intenções de voto, contra 43% da petista	<i>Dilma e Aécio voltam a duelar na TV; TCU vê irregularidades em mais uma obra da Petrobras; Emprego decepciona em setembro; Inflação afeta venda no varejo; Ao que tudo indica, decisão será nos detalhes; Os campos de corrupção na Petrobras; Crise hídrica está fora da campanha; Faltam bom senso e diálogos mais razoáveis</i>
O Estado de São Paulo	Aécio e Dilma mantêm empate técnico, apontam pesquisas	Presidente da ANA afirma que Sabesp vai 'tirar água do lodo' no Cantareira; secretário estadual fala em 'ameaça de caos' e vê uso político do caso	<i>Bolsa tem queda de 3,24% ...; Polarização forte; Evidente desde 2006, oposição Nordeste versus São Paulo... virou cisão; Água em SP pode acabar em novembro, admite Sabesp; PF vê elo de tesoureiro do PT com propina na Petros; Criação de vagas cai 41% em setembro</i>
Folha de São Paulo	A 11 dias da eleição, Aécio e Dilma mantêm empate Datafolha mostra tucano com 51% dos votos válidos e petista com 49%	—	<i>Sabesp já usa o 2º 'volume morto', afirma agência; Dilma errou em não demitir na Petrobras, diz líder do PMDB</i>

Há poucos dias da eleição, evidentemente esses resultados deveriam impactar os programas eleitorais. As manchetes secundárias reproduzem estatísticas consideradas ruins para o país (desemprego, desempenho da bolsa de valores etc.), o que o jornal O Estado de São Paulo chamou de polarização entre São Paulo e o Nordeste (diferenças nas intenções de votos) polarização, corrupção na Petrobrás e a chamada crise hídrica que aparece nos dois jornais de São Paulo.

No dia 16 à noite (depois do horário eleitoral) foi transmitido novo debate entre os candidatos à presidência pelo SBT, com forte influência no planejamento dos programas eleitorais do dia 17. Como esclarece o Anexo IV, de fato ambos os

programas eleitorais do dia 17 de outubro reproduziram vários trechos das falas de seus candidatos no debate do dia anterior.

O programa do PT escolheu trechos que apresentavam Dilma como agente que ativamente combateu a corrupção, suas propostas para o desenvolvimento e os programas sociais como distintas das propostas do PSDB, sua avaliação de que o candidato do PSDB seria “arrogante”.

O programa do PSDB escolheu trechos que apresentavam seu candidato como governador competente, perseguido pela campanha petista com falsas acusações (de nepotismo ou má-administração), preocupado com o crescimento econômico e a unidade do Brasil.

O programa do PSDB responde, ainda que implicitamente a três críticas: de que não pretende fazer um governo para todos, mas principalmente para os mais ricos (daí as falas sobre unidade nacional), de que o candidato não tem a necessária competência (daí as falas sobre o governo estadual) e de que o candidato não é ilibado (daí a defesa das críticas ao nepotismo). Já o programa do PT responde a duas ordens de críticas: de que o partido e, possivelmente, a candidata permitiram ou participaram de “esquemas” de corrupção e de que a gestão petista poderia ter promovido maior crescimento no país, com ganhos para todos.

Ambos os programas divulgaram jingles de campanha e apoios de figuras públicas, em clara tentativa de transferir simpatia e intenção de voto. Essa característica fica demonstrada na Figura 11 que mostra que a maior parte do tempo de ambos os programas foi classificada como cenas genéricas e emocionais, de apoio e relacionadas com ideologia. Por outro lado, ambos os programas também aumentaram as críticas aos adversários, como se pode ver na Figura 11.

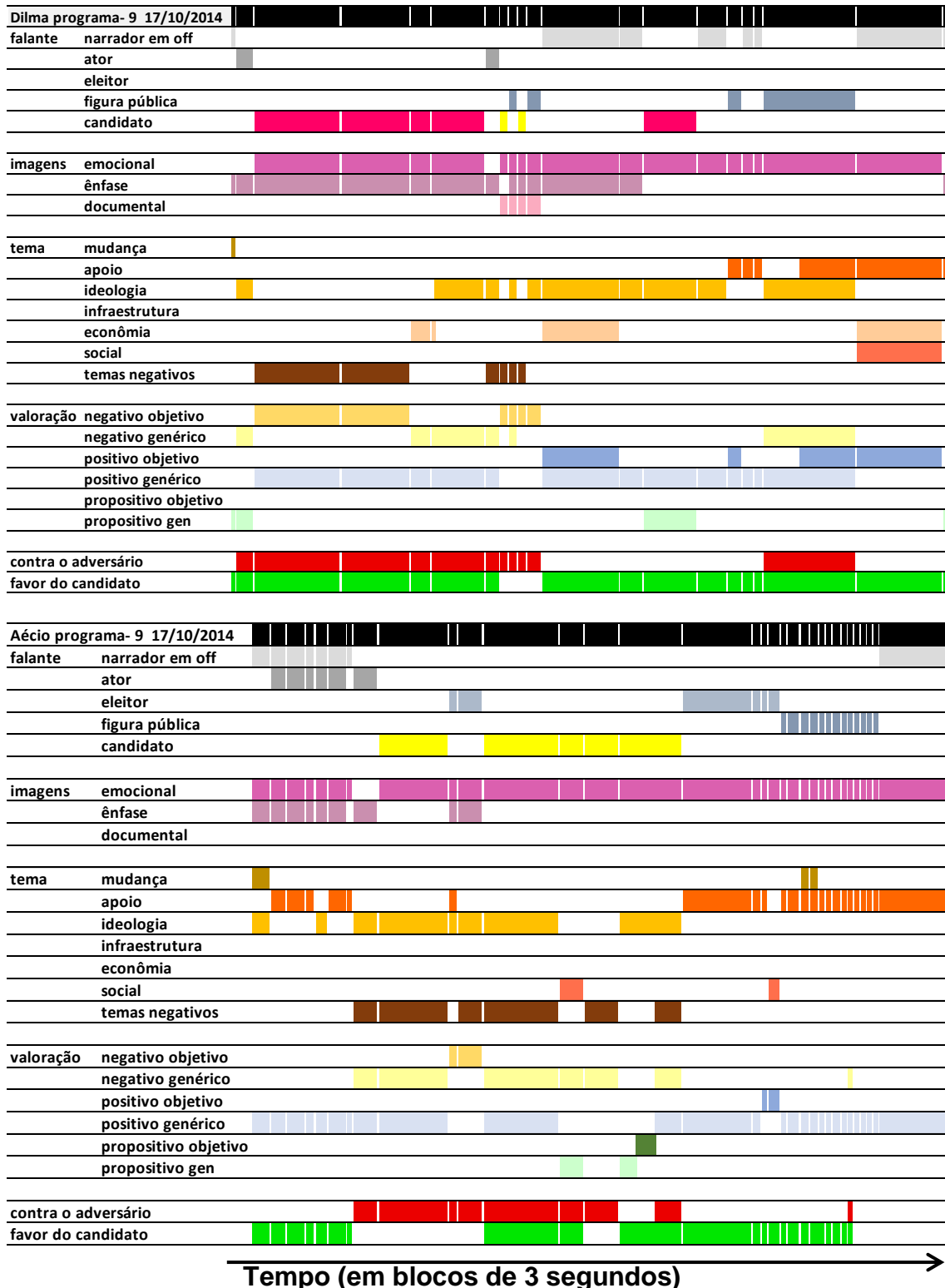


Figura 11. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do PT e PSDB no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 17/outubro/2014

Décimo programa 18/10/2014

Os destaques da mídia Impressa na véspera do programa eleitoral de 18 de outubro são apresentados na Tabela 11.

Tabela 11. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 17/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do Brasil

Veículo	Manchete	Chamadas	Manchetes secundárias
O Globo	Aécio reage a ataques e Dilma passa mal no fim Em debate, senador diz que irmão da presidente foi fantasma em prefeitura do PT	Candidata petista pergunta sobre dia em que tucano deixou de fazer teste de bafômetro em blitz da Lei Seca e afirma que 'ninguém pode dirigir bêbado ou O debate foi tão tenso que, no fim, a presidente não conseguiu concluir entrevista alegando queda de pressão	<i>Costa diz que pagou propina a ex-dirigente tucano; Quem é Igor Rousseff; Revista 'The Economist' declara apoio a tucano; Campanha chega a nível mais baixo com insinuações de Dilma; Impiedoso, Aécio conseguiu levar Dilma a nocaute no debate; Escândalos levarão à reforma política e eleitoral</i>
O Estado de São Paulo	Dilma e Aécio elevam tom e trocam acusações pessoais Petista usa Lei Seca para atacar conduta de tucano; Candidato cita emprego de irmão em prefeitura do PT	Aécio: Igor Rousseff, seu irmão, foi nomeado pelo prefeito Fernando Pimentel e nunca apareceu para trabalhar. A minha irmã trabalha muito e não recebe nada; Dilma: Não é porque o senhor passou por uma experiência própria que pergunto isso, mas porque acredito que ninguém pode dirigir sob efeito de álcool ou drogado	<i>Presidente passa mal ao vivo na TV; Alckmim vai ampliar bônus por economia de água; Cantareira não secará, afirma governador; Economia melhorou em agosto, diz BC; Ex-diretor da Petrobrás diz que pagou propina a tucano</i>
Folha de São Paulo	Delator diz ter pago propina a ex-presidente do PSDB	Ex-diretor da Petrobras afirma que repassou dinheiro a Sérgio Guerra, morto em 2014, para esvaziar CPI	<i>Debate acalorado tem ataques pessoais; no fim, Dilma passa mal; Debate lembrou um programa de auditório do SBT; 'Pancadaria' visa fazer eleitor rival desistir de votar; Infraero permite que Lula utilize aeroporto fechado</i>

As manchetes principais dos jornais tratam do debate entre os candidatos veiculado no dia 16 de outubro, do chamado "escândalo da Petrobrás (corrupção) e da seca no sudeste, mais especificamente no estado de São Paulo. Apenas as manchetes secundárias salientaram temas com referência negativa ao PSDB: pagamento de propina a ex-dirigente tucano; apoio da Revista 'The Economist' a

tucano, desempenho de Aécio no debate anterior e efeito sobre Dilma e crise da água no estado de SP.

As temáticas principais do 10º programa do PT foram “segurança com propostas e críticas especificamente a Aécio (teria havido aumento de violência em Minas Gerais) e novamente destacar a relação de continuidade entre os governos de Lula e Dilma. Principalmente no que diz respeito aos programas sociais e seus efeitos na melhora da qualidade de vida da população de baixa renda, na priorização dos interesses da classe trabalhadora, assegurando baixa taxa de desemprego e melhores salários.

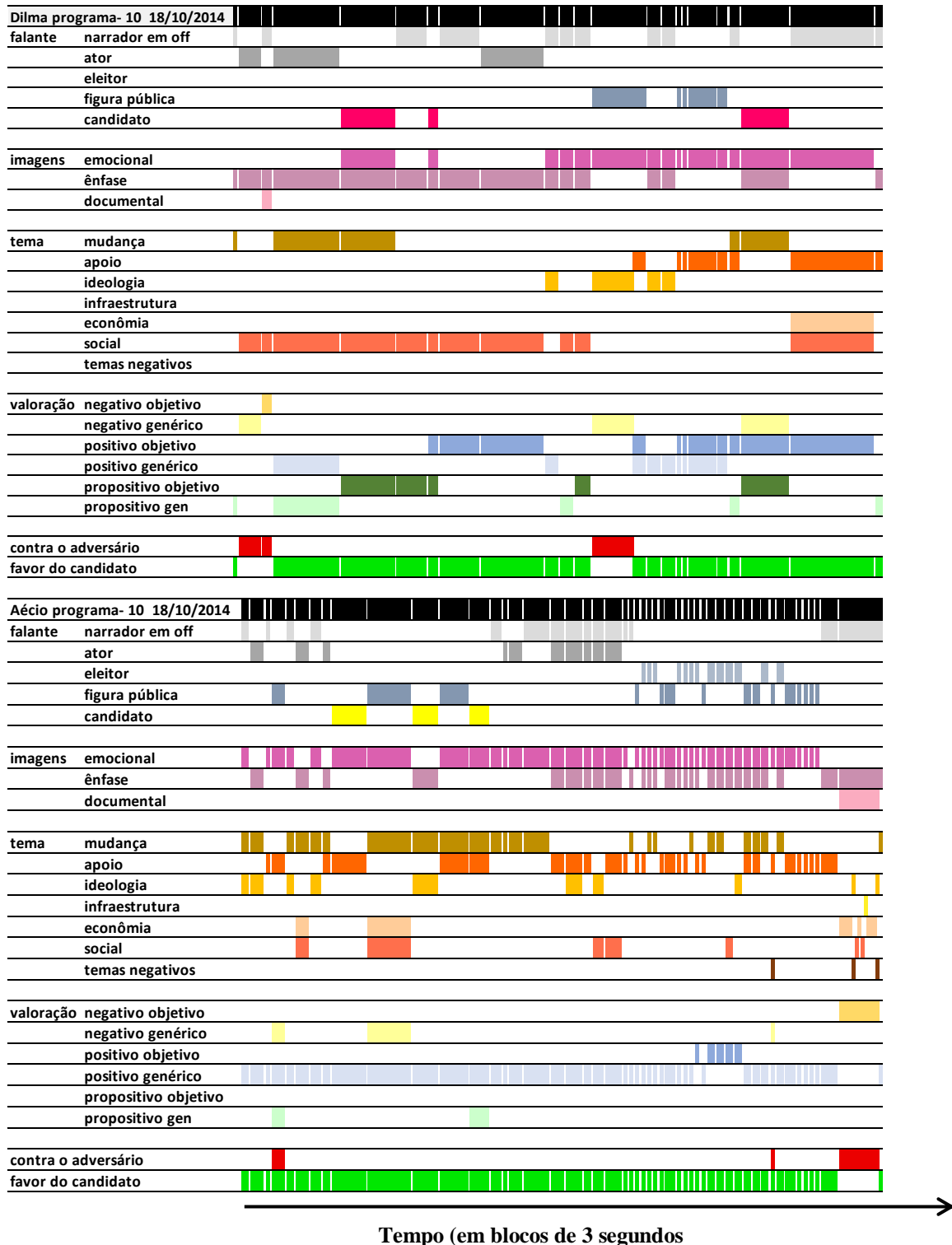


Figura 12. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do PT e PSDB no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 18/outubro/2014

As temáticas principais do programa do PSDB, foram: necessidade de mudança (alternância de governo), fortalecimento da imagem do candidato e críticas à campanha do PT e ao governo de Dilma que não teria atingido as metas de desenvolvimento ou crescimento estabelecidas pelo próprio governo.

As estratégias desenvolvidas em outros programas parecem mantidas nesse: nos programas do PT há mais propostas específicas – aqui chamadas de objetivas; já nos programas do PSDB reafirma-se temas genéricos e apoios recebidos em nome de questões gerais, tais como alternância de poder, necessidade de boa administração etc.

Essas diferenças aparecem claramente na Figura 12 na qual se destaca também uma característica comum a ambos os programas: as cenas classificadas como negativas são geralmente também genéricas, indicando uma tendência de críticas gerais sem alvos específicos.

Destaca-se, assim que os programas eleitorais, apesar de diferentes em seus conteúdos e nas “especificidades” de suas propostas assemelham-se em suas estratégias de convencimento do eleitorado: com cenas de crítica ao adversário, reafirmando os mesmos motes de campanha estabelecidos desde o início do segundo turno, assim como os apoios recebidos.

Décimo primeiro programa – 19/10/2014

Na Tabela 12 são reproduzidas as manchetes da imprensa escrita no dia 18 de outubro.

Com exceção da manchete principal da Folha de São Paulo, sobre clima em São Paulo, os demais jornais e as demais manchetes e chamadas (mesmo da Folha de Sa Paulo) trataram da disputa eleitoral para a residência e, mais especialmente, enfatizaram o tom de críticas e ataques de ambas as campanhas.

Tabela 12. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 18/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do Brasil

Veículo	Manchete	Chamadas	Manchetes secundárias
O Globo	PT e PSDB desafiam TSE e insistem nos ataques	Apesar dos riscos, Dilma e Aécio indicam que estratégias não vão mudar; Pesquisas qualitativas feitas para as campanhas mostram que eleitorado rejeita agressividade; Juntos. Aécio encontra Marina pela primeira vez desde que recebeu o apoio dela	<i>Agenda de Dilma no Rio é adiada; Mundo virtual se torna terreno do vale-tudo; Órgão americano investiga caso Petrobras; Inflação alta muda hábito de compras; Aécio mostra que enfrenta o PT sem receio</i>
O Estado de São Paulo	Após debate acirrado, Dilma chama para 'guerra'	Ao lado de Marina, Aécio Neves comparou a união com a ex-ministra à aliança que elegeu Tancredo.	<i>Debate: Agressividade se reflete na sociedade? Petrobrás deve ir à Justiça para reaver verba desviada</i>
Folha de São Paulo	São Paulo tem calor recorde, e Sabesp prevê falta de água	Capital registra 37,8°C, marca mais alta desde o início da medição, em 1943	<i>PT manterá ataques para tentar ampliar rejeição a Aécio; Beijamão: Aécio Neves e Marina Silva (PSB) no 1º ato público juntos em SP;</i>

É interessante notar também que desde o dia 15 de outubro e com incidência crescente há manchetes que tomam a campanha como notícia, como evento a ser coberto, o que é diferente de manchetes ou notícias que parecem ter mais a função de “pautar” a própria campanha.

A temática do 11o programa do PT foi o ataque a gestão do PSDB no Estado de São Paulo relativa a crise hídrica. As críticas foram reforçadas por dados que afirmam que há dez anos o governo de São Paulo vinha sendo alertado sobre a possibilidade da crise hídrica, mas ignorou. Além disso, afirma que o governo federal ofereceu ajuda financeira para evitar esta crise, no entanto, novamente, o governo paulista ignorou. Afirma ainda que, durante a campanha, o candidato ao governo de São Paulo, do PSDB, negou a existência da crise e de um racionamento de água no estado. Contudo, assim que foi eleito assumiu a crise e estabeleceu um sistema de racionamento. A partir desta acusação, o programa do PT insinua que o PSDB tem como prática negar a existência de crises e denúncias, mascarando-as. Deste modo, relaciona esta prática do PSDB ao candidato Aécio Neves, ao apresentar provas de que o mesmo estaria sendo acusado de não investir os 12% do orçamento do estado de Minas Gerais na

saúde, como a constituição determina. Acusação esta negada por Aécio durante a campanha. O estabelecimento desta relação pode ter enfraquecido a efetividade das afirmações de Aécio quando se defende de acusações feitas pelo adversário.

Ainda, outra temática relevante no 11o programa do PT foi se defender das críticas recebidas nos dois últimos programas do PSDB quanto a uma suposta crise econômica gerada pela gestão de Dilma, apresentando dados e índices econômicos de seu governo.

A temática desse programa do PSDB manteve-se inalterada: fortalecimento e construção da imagem do candidato, reafirmação da competência política do governo do candidato em Minas Gerais. O que mudou no programa foi a apresentação de propostas de governo.

A maioria das cenas exibidas no 11O programa de Dilma foram de carácter genérico, mais positivas do que negativas ou propositivas e a maioria das cenas do Aécio, nesse programa, foram de carácter genérico e positivas, como mostra a Figura 13.

Quando comparados os dois programas, houve mais cenas negativas no programa do PT e no programa do Aécio mais cenas foram classificadas propositivas. De um modo geral, a candidata Dilma tratou de temas negativos no início do programa (improbidade administrativa em SP e MG e utilização de mentiras na campanha do PSDB), seguidos por outros falantes (figura pública, ator ou eleitor) apoiando a campanha. Já no programa de Aécio, temas voltados para programas sociais (Bolsa Família Brasileira, Poupança Jovem e Consultórios Populares de Saúde) dominaram grande parte das cenas e foram antecidos e seguidos pelo tema “mudança”.

Nesse dia, portanto, os programas foram bastante diferentes. A análise da Figura 13 indica uma clara estratégia do PT de críticas (chamados ataques) ao candidato do PSDB. Por seu turno o programa do PSDB parece ter feito uma inflexão no sentido de apresentar propostas específicas para um eventual governo.



Figura 13. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do PT e PSDB no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 19/outubro/2014

Décimo segundo programa – 20/10/2014

Das três manchetes de jornal, duas foram claramente desfavoráveis à Dilma, pois não só tratam de admissão da existência de corrupção na Petrobrás como trazem o nome da candidata na frase. O pareamento pode indicar participação, mais que mero conhecimento. Nas manchetes secundárias repetem-se as manchetes negativas à candidatura de Dilma: descontrole administrativo do governo, participação do PT em escândalos de corrupção, as estratégias de campanha negativa (patrocinada pelo PT). Há algumas manchetes sobre corrupção no PSDB, mas são em muito menor número. No dia 19 de outubro, mais uma vez as manchetes parecem mais indutoras de rumos nas campanhas do que notícias sobre as campanhas.

Tabela 13. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 19/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do Brasil

Veículo	Manchete	Manchetes	Manchetes secundárias
O Globo	Dilma agora admite corrupção na Petrobras	Presidente diz que fará tudo para ressarcir dinheiro público desviado; Oposição classifica declaração como confissão de culpa	<i>No centro da disputa, 45 milhões de votos decisivos; Novatos no Congresso já têm problemas na Justiça; Um terço dos eleitos para a Alerj está sob investigação; Os cinco escândalos do PSDB citados por Dilma que até hoje não deram em nada; Marqueteiro americano foi pioneiro no uso da 'propaganda negativa' ...; Retórica dos candidatos sugere soluções simplificadas para problemas amplificados...</i>
O Estado de São Paulo	Dilma admite que houve desvio de verba na Petrobras	Sem informar o valor desviado da estatal, presidente afirmou que governo buscará o ressarcimento dos recursos	<i>R\$ 456 milhões em doações; Ex-diretor da estatal diz que Gleisi recebeu R\$ 1 milhão; Voto de cabresto oficial; O Bolsa Família dá ao PT o conforto de largar com 34,6% em qualquer eleição.</i>
Folha de São Paulo	Desmate da Amazônia na gestão Dilma volta a crescer	Alta em 2 meses é de 191% sobre 2013, diz ONG; governo segura dados até eleição	<i>Auditoria vê descontrole no Pronatec, vitrine petista; Delator diz que ex-chefe da Casa Civil recebeu R\$ 1 milhão; Dilma admite pela 1ª vez que houve desvio na Petrobras; É preciso limitar verba de empresa para campanhas; Quem apostar na alta do dólar vai quebrar a cara, diz Mantega</i>

O 12º programa do PT ressaltou mais uma vez as diferenças ideológicas e governamentais entre PT e PSDB (PT em favor das classes trabalhadoras e com menor renda e PSDB em favor das elites e da priorização de interesses econômicos) e a “mudança” no país (desenvolvimento, crescimento, distribuição de renda), apresentando o PT e sua candidata como a mudança que já teria começado e o PSDB como retrocesso a um outro momento do país.

No programa do PSDB os temas principais foram novamente a imagem do candidato - com apresentação de currículo, ressaltando seu governo em Minas Gerais-, a apresentação de propostas nas áreas de saúde, segurança e educação e a afirmação da necessidade de “mudança” de governo ao mesmo tempo que se afirmou a garantia da continuidade dos programas sociais.

A maioria das cenas exibidas nos 12º programas de ambos os partidos foram classificadas como positivas genéricas, como aparece na Figura 14.

Destaca-se que nesse dia, mais uma vez, constata-se elevado tempo com cenas de crítica ao adversário no programa do PT que parece ir ao “ataque” como estratégia de campanha, e o aumento no número e no tempo de cenas do programa do PSDB sobre temas sociais, revelando também uma alteração na estratégia de campanha do partido, possivelmente em resposta à ênfase a tal tema nos programas do PT.



Figura 14. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do PT e PSDB no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 20/outubro/2014

Décimo terceiro dia de programa - 21/10/2014

As manchetes do jornal O Globo no dia 20 de outubro não foram registradas, pois não estavam disponíveis no site do jornal. A manchete de O Estado de São Paulo é claramente uma crítica ao governo de Dilma. Já a manchete da Folha de São Paulo trata da seca. As manchetes secundárias versam todas elas sobre a campanha eleitoral, com uma exceção (seca).

Tabela 14. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 20/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do Brasil

Veículo	Manchete	Chamadas	Manchetes secundárias
O Estado de São Paulo	De 11 grandes obras do PAC, só 2 ficam prontas	Projetos prioritários anunciados no início do governo atrasaram e tiveram seus custos elevados em 46%	<i>TSE veta propagandas eleitorais do PT e do PSDB; Na onda do ódio; Com falta d'água, cresce número de poços irregulares</i>
Folha de São Paulo	Maioria sofre com falta d'água em SP e já planeja estocar	Pesquisa Datafolha mostra que cortes atingiram 60% dos paulistanos	<i>Em debate, Aécio e Dilma desistem de ataques pessoais; Em 4 dias, TSE barra 14 anúncios de candidatos; O PT quer ser o dono do Nordeste, diz ACM Neto; Fim da corrupção não depende de políticos corretos</i>

A temática do 13º programa do PT foram as diferenças ideológicas e governamentais entre PT e PSDB (PT em favor das classes trabalhadoras e com menor renda e PSDB em favor das elites e da priorização de interesses econômicos), corrupção (Dilma como combatente da corrupção e denúncias de desvio de verba em MG) e propostas para áreas sociais e voltadas para o eleitorado feminino (violência doméstica).



Figura 15. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do PT e PSDB no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 21/outubro/2014

No programa do PSDB as temáticas abordadas no 13º programa foram a necessidade de mudança na condução da política econômica (conceito de mudança a partir da oposição à administração do PT contra a corrupção), o apoio de Renata Campos, Marina Silva e de pessoas de várias regiões do país, a crítica à campanha de Dilma, a apresentação de propostas nas áreas de segurança, saúde e educação e o eleitor do nordeste, acusando Dilma de mentir sobre a obra de integração do Rio São Francisco.

Apesar das críticas ao adversário presentes em ambos os programas, a maioria das cenas exibidas nos 13º programas do PT e do PSDB foram classificadas como positivas genéricas (ver Figura 15). Isso porque mesmo quando os programas criticam o adversário, tendem a apresentar também alternativas que seriam possíveis com sua eleição ou porque as críticas (especialmente no caso do programa do PSDB) aparecem nas falas de apoio à candidatura apoiada.

Faltando apenas quatro programas antes do encerramento da campanha constata-se que os programas de televisão tendem a manter algumas de suas características em sucessivos dias.

Décimo quarto programa – 22/10/2014

Todas as manchetes do dia 21 de outubro anunciam resultados de pesquisas de intenção de votos.

Tabela 15. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 21/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do Brasil

Veículo	Manchete	Chamadas	Manchetes secundárias
O Globo	Dilma passa Aécio, mas empate técnico continua	Datafolha mostra petista pela primeira vez à frente de tucano no 2º turno; Cientistas políticos atribuem mudança no quadro eleitoral à tática de desconstruir o adversário adotada pela presidente e pelo PT, com críticas à gestão dele no governo de Minas.	<i>No Rio, petista vai de Crivella e Garotinho a Pezão; Em Minas, tucano segue trilha do avô Tancredo; Dilma ‘premiou’ tesoureiro do PT com Itaipu; Candidatos duelam agora sobre a seca; Mensalão Petista: Dirceu pede prisão domiciliar; Com quadro indefinido, último debate ganha relevância; Polarização política (na web e fora dela) pode paralisar o país; Eleito correrá risco de gerenciar racionamento de água e luz; Governos de PSDB e PT recuperam salário mínimo.</i>
O Estado de São Paulo	Dilma tem 52% e Aécio, 48% em empate técnico, diz pesquisa	Pela 1ª vez no segundo turno, petista passa numericamente à frente de tucano em votos válidos; Dilma participa de carreata de Pezão (PMDB); Aécio em Belém: crise hídrica gerou debate com Dilma.	<i>Difícil previsão; A diferença é tão pequena que fatores como erro, abstenção ou voto no exterior podem decidir a eleição; PT eleva em R\$ 40 milhões o teto de gastos de campanha; TSE pune ataque com redução de horário eleitoral; Governo adia depoimento no caso Petrobras;</i>
Folha de São Paulo	Dilma atinge 52% e Aécio tem 48%...	Cenário é de empate técnico entre petista e tucano, no limite da margem de erro da pesquisa	<i>Plano de educação de tucano custaria 5 vezes o Bolsa Família; Dirceu pede para cumprir o resto da pena em casa</i>

Pela primeira vez na campanha do segundo turno o “empate técnico” entre Dilma e Aécio aponta Dilma na frente. Todas as demais chamadas e manchetes também tratam da campanha presidencial e mais especificamente dos resultados das pesquisas. Ou seja, a eleição presidencial foi nesse dia a única manchete.

No 14º programa do PT foram apresentados apoios de figuras públicas, a defesa de que a verdadeira “mudança” do país foi iniciada pelo PT e o voto no PSDB representaria retrocesso, e programas de investimento e crescimento em agronegócios e em infraestrutura.

No programa do PSDB foram tratados principalmente de: crítica a campanha (ofensiva) do PT que teria mentido sobre a retirada de programas sociais pelo governo de Aécio e teria feito ataques à vida pessoal do candidato, a necessidade de mudança no governo, apoios (Marina Silva, Renata Campos e artistas) .

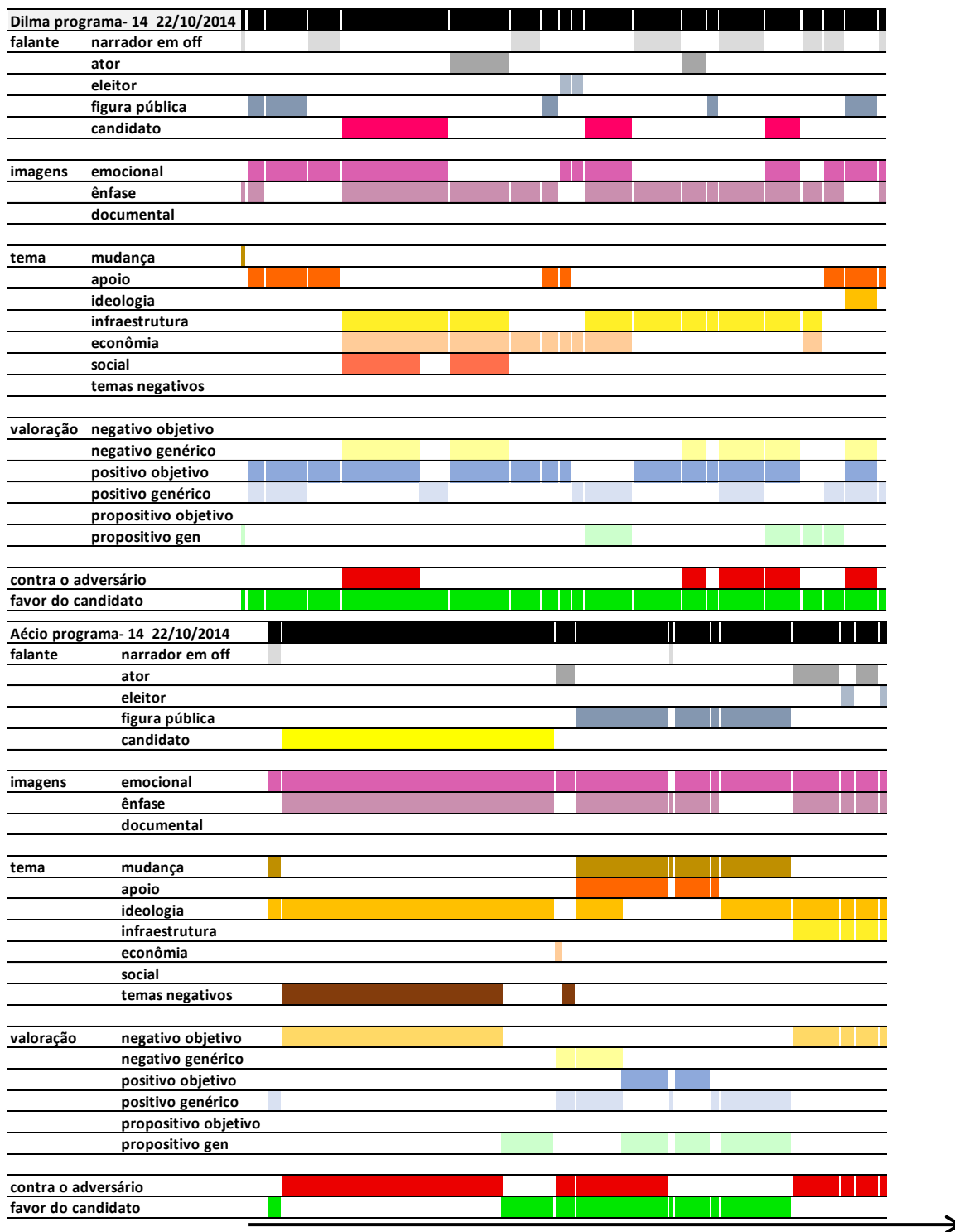


Figura 16. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do PT e PSDB no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 22/outubro/2014

Como mostra a Figura 16 houve mais cenas no programa do PT classificadas como positivas objetivas e mais cenas classificadas como positivas genéricas e negativas objetivas no programa do PSDB. O programa do PSDB também teve imagens caracteristicamente classificadas como emocionais e o programa do PT, como vinha acontecendo também em programas anteriores, mais imagens classificadas como de ênfase.

Ou seja observa-se uma inversão nos programas do dia anterior e do dia 22 de outubro: o PT fez um programa mais propositivo e o PSDB um programa mais defensivo e crítico ao adversário. Essas alterações muito provavelmente refletem decisões tomadas com base na mudança anunciada nas pesquisas de intenção de votos.

Décimo quinto programa – 23/10/2014

No dia 22 de outubro as manchetes dos principais jornais foram bastante distintas. Mas as manchetes secundárias e chamadas trataram principalmente das eleições e das investigações sobre a Petrobrás. Em relação às eleições, destacaram as campanhas como excessivamente agressivas. Em relação à Petrobrás, destacaram seus efeitos financeiros. A manchete da Folha de São Paulo assim como outras matérias do jornal chama a atenção do leitor para os resultados positivos da economia brasileira e atribuem tais resultados à potencial vantagem da candidata do PT.

Nessa data foi divulgada também a revista semanal Veja, com capa sobre as investigações na Petrobrás, vinculando a corrupção na empresa diretamente ao PT.

Tabela 16. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 22/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do Brasil

Veículo	Manchete	Chamadas	Manchetes secundárias
O Globo	TSE diz que campanha virou a do 'vote no menos pior	Segundo Toffoli, agressividade de candidatos já provocou reflexos entre eleitores	Agência rebaixa nota da Petrobras; ONG's parceiras reforçam comício de Dilma; Tesoureiro do PT também é acusado de operar em Itaipu; Candidatos lutam por territórios; Eleição vai ser plebiscito para decidir se PT sai ou fica; Eleito vai assumir um país conflagrado; Em meio a tanta agressão, melhor ficar em cima do muro; Cabelo de Marina revela desejo de se livrar do PT e de Lula
O Estado de São Paulo	Agência federal e SP trocam acusações sobre crise da água	Presidente da ANA afirma que Sabesp vai 'tirar água do lodo' no Cantareira; secretário estadual fala em 'ameaça de caos' e vê uso político do caso	Doleiro agia para o PSDB, diz dono de Lanbogen; Moody's rebaixa nota de crédito da Petrobras; Bolsa cai 3,4% em cenário eleitoral; Lula pede que renove a aposta em Dilma e tenta vender a tese de que alternância de poder faz mal à democracia brasileira
Folha de São Paulo	Otimismo com economia dispara e beneficia Dilma	Para maioria, preços vão se manter ou recuar; novo Datafolha mostra petista com 52% e tucano, com 48%; Aécio participa de comício em Campo Grande (MS); Dilma discursa em Goiana(PE)	Agência de risco reduz a avaliação da Petrobras; "Petista critica gestão da água e é chamado de 'vagabundo'; Tesoureiro do PT em apuros; Se for para declarar apoio, voto nos dois
VEJA	Escândalo da Petrobras. O doleiro fala	A campanha presidencial de 2010 do PT levou dinheiro do petróleo; 28 deputados federais recebiam propinas mensais para apoiar o PT	Eleições. Pela primeira vez em 25 anos, os indecisos vão definir quem será o presidente da República

No dia 23 de outubro o programa eleitoral do PT mais uma vez focou o tema da “mudança” que, nesse caso, novamente foi apresentado como a transformação pela qual o país passou e deve continuar a ter, ao mesmo tempo que apresentava o adversário e seu programa de campanha como “retrocesso”.

Os apoios recebidos pela candidata Dilma de figuras públicas, de cidadãos anônimos e de Lula foram também foco do programa eleitoral. Nesse caso houve destaque para os apoios obtidos em São Paulo, estado em que as pesquisas de intenção de votos indicavam vitória de Aécio.

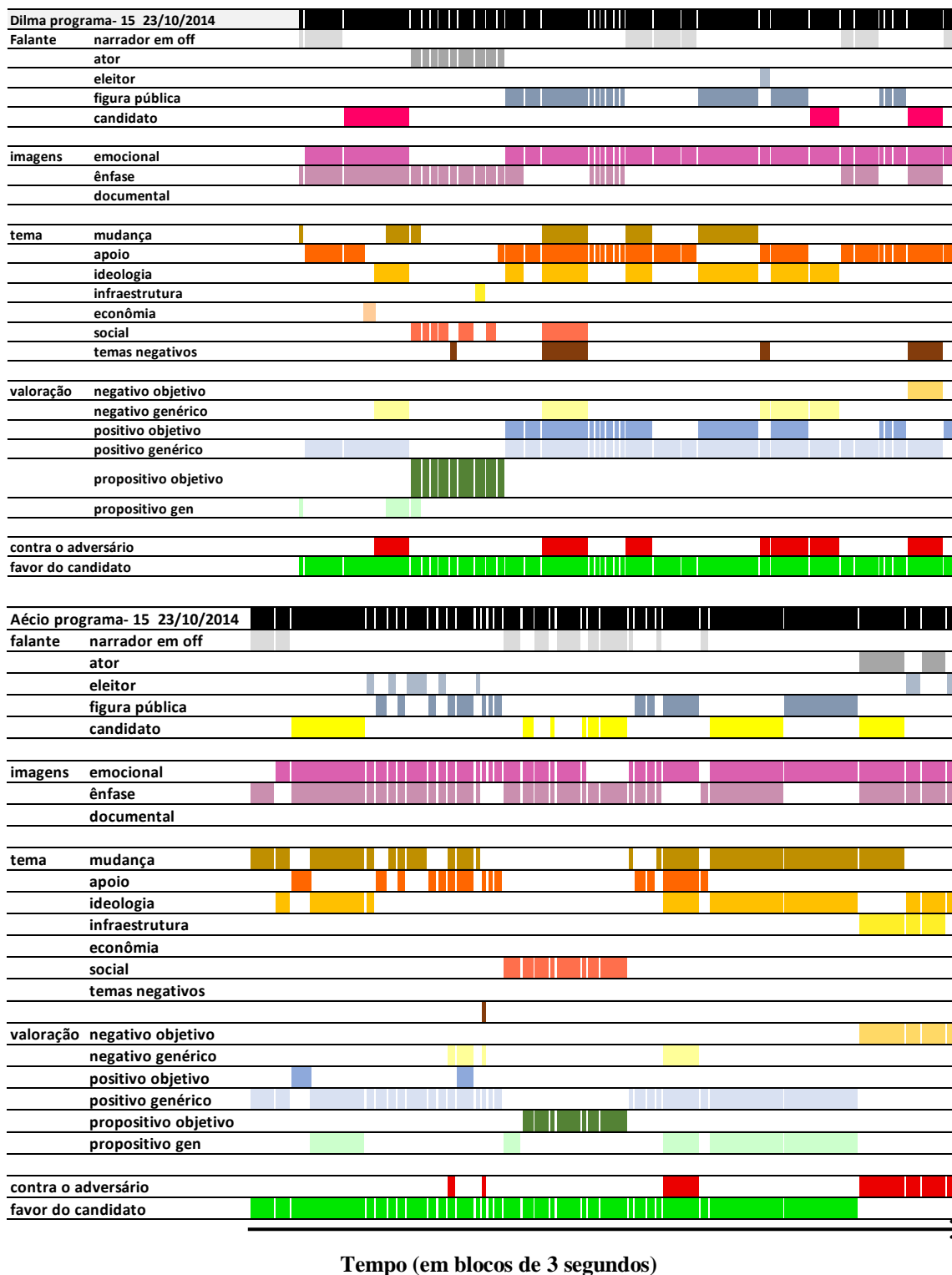


Figura 17. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do PT e PSDB no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 23/outubro/2014

O programa eleitoral do PSDB veiculou os apoios à candidatura de Aécio com depoimentos de figuras públicas e eleitores. Mais uma vez, o programa também apresentou propostas sociais, especialmente nas áreas de segurança, saúde e educação; e, também mais uma vez, acusou Dilma de mentir sobre as obras de integração do Rio São Francisco, na clara tentativa de colher votos no Nordeste, onde as pesquisas de intenção de votos indicavam vitória de Dilma.

Como mostra a Figura 17, poucas cenas foram classificadas como negativas (objetivas ou genéricas) em ambos os programas, que também tiveram resultados que são semelhantes quanto à classificação de temas e à ausência de imagens documentais, recorrendo a imagens emocionais e de ênfase. São programas que parecem ter sido planejados para terem a função de manter os eleitores conquistados e de conquistar votos (ainda que poucos, tendo em vista as pesquisas de intenção de votos) nas regiões de maior dificuldade eleitoral de cada candidato: sudeste, no caso do PT e nordeste no caso do PSDB.

Décimo sexto programa – 24/10/2014

No dia 23 de outubro todas as manchetes forma negativas e todas ligavam as notícias negativas ao governo/ PT.

Tabela 17. As manchetes e chamadas sobre eleições no dia 23/10/2014 nos principais veículos de mídia escrita do Brasil

Veículo	Manchete	Chamadas	Manchetes secundárias
O Globo	CVM investiga Petrobras em meio a escândalos	Órgão vai apurar corrupção descoberta na Operação Lava-Jato	Campanha no fundo do poço; TCU apura ação de órgãos federais na crise da água; No TSE, candidatos fazem pacto de não agressão; Imprensa livre é antídoto contra autoritarismo; Lula tem tido atuação ambígua nesta eleição; Vencedor terá que reunificar o país
O Estado de São Paulo	Doleiro nega ligação com PSDB e quer acareação	Alberto Youssef desafia seu 'testa de ferro' a provar elo com Sérgio Guerra em esquema de corrupção	Briga política toma CPI da Petrobras; Dilma e Aécio baixam o tom e desistem de ações no TSE
Folha de São Paulo	Governo adia divulgação de resultados negativos	Dados de educação e economia, entre outros, só serão conhecidos após eleição	Aécio se diz alvo de 'atentados'; Dilma prioriza jovem e mulher; Ambição faz com que Dilma fale coisas em que não crê, afirma FHC; Presidente do TSE quer debater com institutos regras para pesquisas; Não há visões de fato antagônicas nesta eleição; Deputados aliviam dívidas de condenados por desvios
VEJA	Eles sabiam de tudo	Petrolão: O doleiro Alberto Youssef, caixa do esquema de corrupção na Petrobras, revelou à Polícia Federal e ao Ministério Público, na terça-feira passada, que Lula e Dilma Rousseff tinham conhecimento das tenebrosas transações na estatal	-----

Interessante notar que a manchete da Folha de São Paulo, que foi a única a tratar de economia no dia, parece oposta à manchete do mesmo jornal no dia anterior.

Nos demais jornais e na revista *Veja*⁷, que publicou um número especial, as manchetes trataram das investigações sobre a Petrobrás: um escândalo de corrupção que seria direta e sistematicamente promovido pelo PT ou em seu benefício.

⁷ A Revista *VEJA* adiantou a distribuição desta edição em quatro dias; fato este interpretado como uma tentativa de prejudicar à candidatura de Dilma, devido ao caráter acusatório às condutas da candidata e do ex-presidente Lula exibido em sua capa.

As manchetes, assim, voltam a ter a função de produzir votos, ou melhor, produzir o fenômeno eleitoral e não de noticiá-lo.

O último programa do PT, de fato, foi “pautado” pela revista Veja: a candidata Dilma foi ao programa para criticar e rebater as denúncias da revista Veja, com a óbvia função de abalar a confiabilidade dessa revista. O contraponto do programa eleitoral foram as cenas de apoio à reeleição de Dilma, com depoimentos de eleitores e figuras públicas declarando apoio à candidata.

Essas características do programa eleitoral podem também ser percebidas na Figura 18 que mostra que o programa tratou principalmente de temas negativos (nesse caso, corrupção), as falas foram classificadas principalmente como negativas e com caráter de crítica ao adversário.

Já o último programa do PSDB tratou mais uma vez de “mudança”, apresentando Aécio como o candidato que representaria a esperança de quem quer mudar o país, voltar ao crescimento econômico e promover a ética no governo. Em resposta muito possivelmente a um contexto de imprensa favorável o programa do PSDB teve mais cenas classificadas como positivas do que o programa do PT, ainda que praticamente não tenha mostrado cenas com propostas objetivas.

Interessante notar que em ambos os programas, como seria de se esperar no encerramento da campanha, predominaram os temas gerais (ideologia, apoio e mudança). A diferença importante está na presença de temas negativos no programa do PT, produto do contexto imediato.

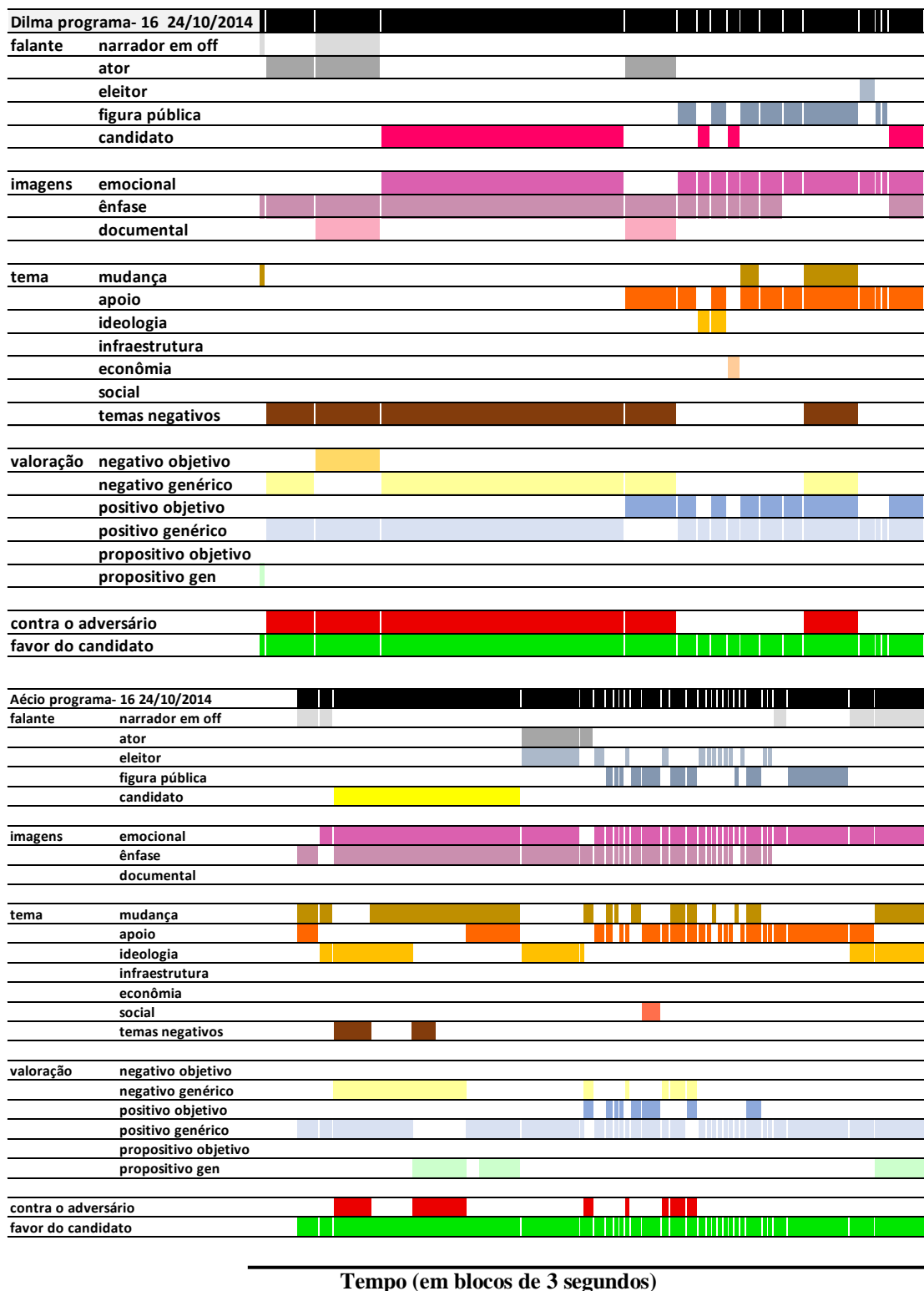


Figura 18. Classificação das cenas apresentadas nos programas eleitorais do PT e PSDB no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, veiculados em 24/outubro/2014

A título de breve síntese

A análise dos 16 programas eleitorais para a presidência, no segundo turno, indica algumas conclusões que parecem relevantes e por isso são destacadas a seguir:

1. os programas de cada partido sofriam forte influência dos resultados de pesquisas, como indicam:
 - a. as cenas com temas e participantes de algumas regiões do país e de determinados estratos sociais, assim como alguns dos temas abordados, atribuindo certo caráter aparentemente regional;
 - b. as críticas aos adversários baseadas em temas ou regiões específicas;
2. os programas de cada partido sofriam forte influência dos programas de seus adversários, como indicam alguns destaques:
 - a. a escolha de certos temas como, por exemplo, “mudança”: tema encampado por ambos os programas, que foi transformado em cada um deles de forma a se tornar consistente com o perfil do candidato: no PSDB o termo “mudança” foi pareado com ética e alternância de poder, no PT o termo foi pareado com ganhos sociais e manutenção de conquistas econômicas e sociais;
 - b. a presença maior nos programas do PSDB de temas classificados como sociais, especialmente na segunda metade da campanha;
 - c. a escolha de temas negativos nos programas do PT para tratar do adversário, como mostram as cenas de crítica ao desempenho do candidato no governo de Minas Gerais, tanto as de caráter ético como as de caráter administrativo, em clara resposta à repetida apresentação de Aécio como indivíduo ético, pai de família e administrador competente nos programas do PSDB;

3. os programas de cada partido sofriam forte influência da imprensa escrita:
 - a. muitos dos temas tratados nos programas eleitorais foram “pautados” pelas notícias de imprensa: dois casos flagrantes são as investigações na Petrobrás e a crise hídrica em São Paulo. Nos programas eleitorais o primeiro tema serviu de instrumento para crítica ao PT e o segundo para crítica ao PSDB;
4. a própria imprensa escrita parece ter tido múltipla função no período de campanha do segundo turno eleitoral, pelo menos quando se analisa as manchetes e principais chamadas:
 - a. em alguns dias – principalmente no período intermediário da campanha – as manchetes e chamadas tomaram a própria campanha e as eleições como objeto da notícia;
 - b. na maior parte dos casos as manchetes e chamadas parecem ter tido principalmente a função de “fazer campanha”. Merecem destaque nesse caso as manchetes sobre “corrupção” e “escândalo” na Petrobrás, sobre a seca e falta de água em São Paulo e sobre economia;
 - c. de uma maneira geral as manchetes e chamadas foram “partidárias” no sentido de serem mais negativas e críticas ao governo e ao PT, sendo, de certo modo, agentes ativos em uma campanha;
5. os programas apresentaram algumas características semelhantes em suas estruturas e estratégias:
 - a. o candidato aparecia em menos de 1/3 do programa e em geral de duas a quatro cenas relativamente longas comparativamente a outras;
 - b. ambos os programas utilizaram cenas em que figuras públicas declaravam apoio ao candidato, em geral com falas genéricas;

- c. as imagens tinham principalmente função classificada como emocional, ou seja, parecem ter tido a função de manter o telespectador atento e favorável;
 - d. houve muito mais cenas, e mais tempo com cenas e trechos classificados como positivos e relativamente poucos classificados como propositivos;
6. os programas apresentaram algumas características diferentes em sua estrutura e estratégias:
- a. os programas eleitorais do PT tinham, em geral, estrutura com mais cenas curtas, sendo as cenas mais longas em geral apresentadas/protagonizadas pela candidata ou por Lula;
 - b. os sucessivos programas do PSDB insistiram na apresentação de um “currículo” do candidato, com destaque para suas características individuais, enquanto os sucessivos programas do PT enfatizaram o “currículo” do partido como governo (dois mandatos Lula e um mandato Dilma);
 - c. os programas eleitorais do PT usaram mais imagens classificadas como documentais;
 - d. os programas eleitorais do PSDB mais frequentemente usaram cenas com imagens e função de transferência de simpatia / voto com destaque para os familiares de Eduardo Campos e Marina Silva. Principalmente no primeiro caso, as cenas tinham forte conteúdo emocional;
 - e. ambos os programas utilizaram cenas em que indivíduos anônimos declaravam apoio ao candidato – no programa do PSDB em geral com falas genéricas, já no do PT houve maior incidência de falas objetivas.

Todas essas características podem ser analisadas também nos termos propostos por Guerin (1992). A análise dos programas revela algumas marcas importantes.

A maior parte das cenas, em especial nos programas do PT, tinha a função de construção social do conhecimento com características de fatos. Nelas, os candidatos ou apresentadores (imagens + falas + falante) em geral faziam afirmações – e as complementavam com imagens, textos ou declarações de outros – sobre realidades objetivas. Essas cenas são apresentadas em formatos que parecem admitir que o ouvinte poderá apenas assumi-las como “verdade” ou “mentira”, ou seja, como um fato verdadeiro ou algo que não tem função.

A repetição de cenas, formatos de cenas, ou temas – estratégia utilizada em ambas as campanhas, principalmente nos programas do PSDB – tem a função de fortalecer, ou mesmo de possibilitar que o telespectador reaja às cenas como se fossem fatos.

Os programas também buscaram utilizar ou estabelecer audiências que selecionariam disposição favorável para as falas seguintes e também temas: cada falante se apresenta como “autoridade” ou “figura respeitável” para tratar do assunto ou apresentar e apoiar seu candidato: seja porque o falante tem um currículo que o habilita, seja porque é conhecido e tem simpatia do público para o qual fala, seja porque tem as características físicas que o fazem respeitável porque vivencia o fato de que fala (no caso, principalmente dos eleitores anônimos).

Outra característica importante dos programas eleitorais é a estratégia de mostrar cenas com conteúdo/ formato emocional: o que se quer dizer aqui é que a função de tais cenas é de eliciar ou pelo menos evocar respostas nos telespectadores que não precisam ser mediadas por mais comportamento verbal. Nesses casos, se as imagens de fato tiverem a função pretendida elas devem evocar respostas de aprovação do candidato e/ ou de reprovação do adversário e, assim, aumentar a probabilidade ou determinar seu votar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente trabalho verificou-se, como indica amplamente a literatura para eventos semelhantes e para outros eventos sociais (Guerin, 1994; Kellner, 2001; Maar, 2014; Rakos, 1993), que há interferência da mídia impressa sobre a campanha. As manchetes da mídia impressa exerceram controle sobre os temas abordados nos programas eleitorais.

Durante a campanha eleitoral a imprensa pareceu exercer diferentes funções: no período intermediário da campanha eleitoral as principais manchetes se destinaram a discutir a própria campanha e as eleições; próximo ao final da “corrida” eleitoral pareceu que a imprensa deixou de exercer seu papel descritivo e informativo, o que manteria algum grau de imparcialidade, para se estabelecer como mais um instrumento da campanha eleitoral do PSDB. Esta afirmação se baseia na desproporcionalidade entre as poucas notícias negativas sobre o PSDB e a hegemonia de manchetes que destacavam temas negativos à campanha do PT. Ao analisar as temáticas abordadas em cada programa percebeu-se essa interferência. No programa do PT houve uma predominância do tema “corrupção” abordado de maneira a transformar a visão da candidata como parte integrante dos esquemas de corrupção para uma agente facilitadora para a ocorrência das investigações. Essas constatações são consistentes com a perspectiva adotada no presente trabalho (ver especialmente Guerin, 1992).

Outro tema reiteradamente abordado pela mídia impressa que pareceu interferir nos programas eleitorais dos dois partidos foram as manchetes em que se destacavam a crise econômica. Enquanto o programa do PT lidou com este tema de maneira a apresentar dados que negavam a existência de crise na economia do país, o programa do PSDB, principalmente quando se referiu ao tema “mudança”, apresentava o tema para justificar a necessidade de mudança (de governo) e para enfatizar que o PT seria conivente ou participante ativo da “corrupção” o que, por sua vez, justificaria a temática “mudança”.

Houve, também, interferência das pesquisas de intenção de voto sobre os programas eleitorais gratuitos, principalmente em relação aos ouvintes para os quais o programa se dirigiu.

Sendo assim, as pesquisas eleitorais, influenciaram diretamente o planejamento dos programas no sentido de buscar alterar os comportamentos relacionados ao voto de certas parcelas da população (tanto geográfica como economicamente) para as quais cenas específicas dos programas foram produzidas. As pesquisas de intenção de votos também afetaram os programas de ambos os partidos quanto aos temas abordados, a escolha de falantes de determinadas regiões do país e determinados estratos sociais (figuras públicas ou indivíduos anônimos). Também é possível afirmar que, ao determinar os telespectadores-alvo as pesquisas eleitorais influíram na natureza das críticas aos adversários baseadas em temas ou regiões específicas.

Guerin (1992) afirma que são importantes na construção de representações sociais: (1) a maior eficácia na emissão de “tatos” (em alguns momentos: intraverbais ou mandos) por um falante que tenha alguma ascendência sobre uma determinada comunidade verbal; (2) a eficiência de intraverbais de domínio do conhecimento público em determinada comunidade verbal quando são reforçados como tatos lembrados; e (3) a importância da exposição de conteúdos de modo repetido e reforçado reiteradamente pelo grupo. A partir das proposições de Guerin (1992) foi possível identificar diferenças nas respostas verbais dos candidatos quanto à emissão de respostas que se assemelham a tatos, à emissão de respostas que são obviamente intraverbais e à utilização da repetição e reiteração de certos conteúdos.

Nesta direção, os programas do PT apresentaram mais cenas classificadas como positivas e mais imagens documentais e, portanto, semelhantes a tatos do que os programas do candidato do PSDB. Quanto à emissão de intraverbais de domínio do conhecimento público, os programas do PT, principalmente nas falas de Lula, foram utilizados para reafirmar a representação social do PSDB como partido pertencente das elites e relacionado às regiões sul e sudeste.

O artifício de repetição de cenas foi amplamente utilizado nos programas do PSDB. Os programas do PT também utilizaram de repetição de cenas principalmente em cenas propositivas, ou que continham *jingles*, mas a reincidência de cenas repetidas foi menor.

Guerin (1992) salienta que a autoridade do falante pode aumentar a possibilidade de afetar o conhecimento socialmente construído e as representações sociais. Pôde-se notar na análise dos programas do PT que foram especialmente planejados para que as cenas tivessem a mesma “estrutura” de tatos. Destaca-se aqui também a escolha dos falantes que os emitiam e a ordem em que essas cenas eram organizadas: o apresentador emitia respostas verbais positivas objetivas (descrevendo realizações do governo de Dilma) e então a candidata emitia relatos corroborando a resposta verbal do falante anterior; em outros momentos a candidata como falante descrevia o efeito de programas sociais na vida da população e logo depois eleitores como falante davam depoimentos que objetivavam as afirmações da candidata. Essa “estrutura” parece uma óbvia tentativa de tornar Dilma com função de um falante “confiável”, aumentando assim sua ascendência sobre determinada parcela da população.

Não houve diferença significativa entre os programas quanto ao número de cenas para estabelecer seu candidato com valoração positiva ou valoração negativa. Entretanto, houve diferença em como as cenas eram estruturadas. Em geral, os programas do PT, em cenas com valoração negativa contra o adversário, preocuparam-se em usar dados públicos, manchetes de jornais, ou testemunhos que tornavam essas cenas semelhantes a tatos. Já os programas do PSDB não mostraram a mesma preocupação. Poucas foram as cenas que eram negativas objetivas. Possivelmente por considerar que os conteúdos desfavoráveis veiculados na mídia impressa já lhe garantiriam um embasamento que daria uma sustentação às suas críticas.

A última questão que orientou o presente estudo foi descrever como os programas se estruturaram quanto à apresentação de temas e propostas e como

se distinguem um do outro. Quanto à estrutura de suas cenas ambos os programas apresentaram seus candidatos como falantes em poucas cenas, mas com discursos longos. Também foi usual o apoio de figuras públicas e testemunho de eleitores. Nos programas dos dois partidos as falas das figuras públicas tinham teor genérico. Nos testemunhos de eleitores pode-se notar uma importante diferença, enquanto nos programas do PT esses testemunhos, em sua grande maioria, tinham como função confirmar as falas dos candidatos e dos narradores em torno das realizações e conquistas dos governos do PT, no programa do PSDB, em geral, os testemunhos dos eleitores tinham um conteúdo de apoio genérico à candidatura de Aécio.

Nos programas de ambos os partidos foram apresentadas mais cenas de cunho positivo para estabelecer os candidatos como figuras “confiáveis” e “competentes” do que de cenas classificadas como “propositivas”.

Como já destacado na seção de Resultados, no subtópico síntese, foram identificadas diferenças quanto à estrutura dos programas: (1) nos programas do PT, em geral, houve cenas mais curtas, com exceção daquelas que tinham a candidata ou Lula como falantes; (2) nos programas do PSDB ficou evidente a tentativa de destacar as características individuais do candidato, apresentando reiteradamente seu “currículo”, já os programas do PT deram prioridade para o “currículo” do partido e da continuidade dos mandatos de Lula e Dilma; (3) os programas do PSDB apelaram, em várias cenas, para o uso de depoimentos de figuras públicas em apoio à sua candidatura com vistas à uma possível função de transferência de simpatia.

É importante destacar a interferência que os programas dos dois partidos tiveram um sobre o outro: (1) o predomínio do tema “mudança” e como ele era apresentado de maneira diferente entre os programas de cada partido; (2) o aumento de temas classificados como “sociais” na segunda metade dos programas provavelmente em reação à quantidade de cenas dos programas do PT que salientavam suas realizações nessas áreas; (3) o diálogo que, em alguns momentos, pareceu se estabelecer entre os dois programas, principalmente

quando o programa de um dos partidos atacava a candidatura do outro e em um ou dois dias depois, apareciam cenas que tinham como objetivo principal se defender daquelas acusações.

É possível discutir as questões do presente estudo a partir dos seis aspectos que controlariam o voto do eleitor brasileiro destacados por Almeida (2008) e inferir algumas das variáveis relevantes na confecção dos programas que podem ter afetado o resultado final desta eleição:

- (1) quanto a avaliação do governo, Almeida (2008) afirma que se um governo é avaliado positivamente, seu candidato tem maiores chances de vencer as eleições. Se for considerado que os votos que foram disputados no segundo turno vinham, em sua maioria, das regiões norte e nordeste, e no estado do Rio de Janeiro, em que o PT havia sido vitorioso nas últimas três eleições, e que o governo de Dilma teve boa avaliação, em especial na população de baixa renda; Dilma garantiria alguma vantagem. Somando a isso a derrota do candidato Aécio no estado de Minas Gerais como um dos únicos parâmetros para o resto do país quanto à avaliação de seu governo, fez com que a vantagem de sua adversária aumentasse;
- (2) quanto a identidade dos candidatos, Almeida (2008) afirma que o candidato que tiver uma identidade claramente definida diante do eleitorado terá maiores chances de captar votos de parte do eleitorado que com ele, ou com suas propostas, se identifique. Claramente, Dilma tinha uma identidade partidária e ideológica coerentes com as condutas dos governos do PT e com grande apelo identitário da maioria do que constituía o perfil econômico, regional, educacional do eleitorado brasileiro. Por outro lado, Aécio, pela configuração de eleitorado constituída no segundo turno, construiu uma identidade contraditória pois, ao tempo que teve sua identidade relacionada aos princípios ideológicos do PSDB, se viu com a necessidade de construir uma nova identidade que o aproximasse de parte do

eleitorado em que as questões sociais eram prioridade. Como resultado desta dicotomia a identidade de Aécio pode ter se tornado incoerente, inconsistente e pouco confiável;

- (3) quanto ao nível de lembrança dos candidatos, Almeida (2008) afirma que uma vantagem importante de um candidato pode ser o quanto ele é lembrado e conhecido pelos eleitores. Neste aspecto a candidata Dilma tinha clara vantagem, até porque o candidato do PSDB era lembrado pela maior parte da população como governador de Minas Gerais, estado em que foi derrotado no primeiro turno das eleições de 2014, o que poderia levar a um questionamento da sua competência;
- (4) quanto ao fato do candidato ter um currículo compatível com as promessas que faz para resolver os problemas que afligem o eleitor. Neste aspecto, a candidata do PT, a partir do perfil do eleitorado que estava sendo disputado no segundo turno, teve a seu favor as realizações dos governos do PT, que tiveram como prioridade resolver os problemas que afligiam particularmente este eleitorado em disputa. Desta forma ela se fez uma candidata que criava uma expectativa neste eleitorado de ser capaz de cumprir as promessas que fazia em campanha;
- (5) quanto ao potencial de crescimento do candidato (a combinação entre seu índice de rejeição e o seu nível de conhecimento). O candidato Aécio herdou do PSDB um índice de rejeição nas regiões norte e nordeste que já era perceptível pelos números de votos destinados ao partido desde a consolidação da polarização entre PSDB e PT. Polarização esta que reflete uma polarização na própria população brasileira; um Brasil dividido por regiões – norte/nordeste e sul/sudeste – e por classes sociais – classes A/B e classes C/D. Portanto, como representante do partido que era identificado com as regiões sul e sudeste e com as classes A e B, o fato da maioria do eleitorado em disputa estar situado no norte e nordeste pode ter criado uma desvantagem para o candidato;

- (6) quanto a popularidade e simpatia, que não se transferem entre candidatos facilmente e nem entre figuras públicas e o candidato; o que, na realidade, controlaria o voto do eleitor seria a percepção de uma continuidade de governo e de ideologia. O programa do PT foi eficiente em estabelecer uma relação de continuidade ideológica e governamental entre Dilma e Lula, político com grande nível de aceitação e popularidade nas regiões norte e nordeste. Já o programa de Aécio se ateve a estabelecer relações baseadas em apelo emocional ou transferência de simpatia com outras figuras públicas. Relação esta que, segundo Almeida (2008), não seria determinante na escolha do eleitor.

Os programas eleitorais parecem constituir efetivamente um importante instrumento de mídia que afetam o comportamento do eleitor tanto no momento do voto quanto por oferecer aos eleitores e militantes conteúdo para uma discussão embasada nas mensagens e propostas que cada partido apresenta. Nesta direção, a análise dos programas eleitorais pode dar indícios de variáveis que controlariam o comportamento individual do eleitor, do comportamento de diferentes grupos sociais e, por fim, do resultado final da eleição.

REFERÊNCIAS

- Almeida, A.C. (2008) *A cabeça do eleitor*. Record: Rio de Janeiro.
- Alves, A. C. P. (2006). *Mídia e Construção Social do Conhecimento: atentados terroristas no relato de dois jornais brasileiros*. (Dissertação de mestrado). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, SP, Programa de Estudos Pós-Graduados em Psicologia Experimental: Análise do Comportamento.
- Andery, M. A. (2010). Especificidades e implicações da interpretação da linguagem como comportamento verbal. In: S V Luna e E Z Tourinho (Org.). *Análise do comportamento: investigações históricas, conceituais e aplicadas*. São Paulo: Roca (pp. 61-100).
- Andery, M. A. (2011). Comportamento e cultura na perspectiva da análise do comportamento. *Perspectivas em Análise do Comportamento*, 2, 166-178.
- Andery, M. A. P. A. ; Micheletto, N. & Sérgio, T. M. A. P. (2005) A análise de fenômenos sociais: esboçando uma proposta para identificação de contingências entrelaçadas e metacontingências. *Revista Brasileira de Análise do Comportamento*, 1, (2), 149-165.
- Andery, M. A. P. A. & Sérgio, T. M (2001). Behaviorismo Radical e os determinantes do comportamento. In: H J Guilhardi; M B B P Madi; P P Queiroz; M C Scoz. (Org.). *Sobre comportamento e cognição: Expondo a Variabilidade*. Santo André: ESETec, v. 7 (pp. 159-163)
- Andery, M. A. P. A. & Sérgio, T. M. (2002). *Comportamento Verbal*. Em: Sérgio, T. M., Andery, M. A. P. A., Gioia, P. S., Micheletto, N. (2002). *Controle de estímulos e comportamento operante: uma (nova) introdução*. São Paulo: Educ (pp.113-138).
- Andery, M. A. P. A. & Sérgio, T. M. (1996). *Violent episodes as reported in Brazilian newspapers: a tentative analysis based on Sidman's Coercion na It's Fallout*.

Poster apresentado na XXII convenção anual da Association for Behavior Analysis Convention, San Francisco.

Berndt, A., Miranda, V.L.V., Pinto, S.S. (1985). *Marketing político: dificuldades conceituais*. *Revista de Administração*, 20 (1), 14-18.

Blog da Marina (2012) *Biografia*. Retirado de <http://marinasilva.org.br/biografia/>

Blog do Planalto (2014) *Plano Brasil sem Miséria*. Recuperado de <http://pt.slideshare.net/BlogDoPlanalto/plano-brasil-sem-misria-resultados-20112014>.

Carreirão, Y.S. (2007) Identificação ideológica, partidos e voto na eleição presidencial de 2006. *Opinião Pública*, 13, 2, pp. 307-339.

Delgado, L.A.N. (2007) A Campanha das Diretas Já: narrativas e memórias. XXIV Simpósio Nacional de História (ANPUH).

Economia net (2014) *Neoliberalismo*. Retirado de http://www.economiabr.net/teoria_escolas/neoliberalismo.html

Figueiredo, R. & Coutinho, C. A eleição de 2002. *Opinião Pública*, 9, 2, pp.93-117.

Galeano, E.A.V. & Mata, H.T.C. (2008) Diferenças regionais no crescimento econômico: uma análise pela teoria do crescimento endógeno. Em: *Anais de Congresso da ANPEC*.

Glenn, S. S. (1986). *Metacontingencies in Walden Two*. *Behavior Analysis and Social Action*, 5, 2-8.

Glenn, S. S. (1988). Contingencies and metacontingencies: Toward a synthesis of behavior analysis and cultural materialism. *The Behavior Analyst*, 11(2), 161-179.

Glenn, S. S. (2004). Individual behavior, culture, and social change. *The Behavior Analyst*, 27, 133-151.

Global-rates (2014) *Inflação Brasil: índice de preços ao consumidor (IPC)*. Retirado de <http://pt.global-rates.com/estatisticas-economicas/inflacao/indice-de-precos-ao-consumidor/ipc/brasil.aspx>

- Guerin, B. (1992). *Behavior analysis and social construction of knowledge. American Psychologist*, 47, 11, 1423-1432.
- Guerin, B. (1994). *Analyzing social behavior: Behavior analysis and the social sciences*. Reno, NY: Context Press.
- Ibge (2014) *Taxa de desemprego*. Retirado de <http://ibge.gov.br>
- Ibope & Datafolha (2014) *Intenção de votos válidos no 2º turno para presidente*. UOL Eleições 2014 (2014, outubro, 25). Recuperado de <http://eleicoes.uol.com.br/2014/pesquisas-eleitorais/brasil/2-turno>
- Kellner, D. (2001). *A cultura da mídia*. Bauru: EDUSC.
- Kotler, P. & Levy, S. J. (1969). *Broadening the concept of marketing. Journal of Marketing*, 33, 10-15.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0: As forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Laitinen, R., & Rakos, R. (1997) Corporate control of media and propaganda: A behavioral analysis. Em: Lamal, P.A. (1997) *Cultural contingencies: Behavior analytic perspectives on cultural practices*. Westport: Praeger Publisher (pp. 237-267).
- Lima, V. A. (2004). Sete teses sobre mídia e política. *Revista USP*, 61, 48-57. Recuperado de <http://www.usp.br/revistausp/61/05-venicio.pdf>
- Lima, V. A. (2006). *Mídia – Crise política e poder no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Maar, W. L. (2014) *O que é política*. São Paulo: Editora Brasiliense (24ª edição).
- Martone, R. C. (2003). *Traçando práticas culturais: A Imprensa como agência e ferramenta de controle social*. Dissertação de mestrado apresentada à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, SP, Programa de Estudos Pós-Graduados em Psicologia Experimental: Análise do Comportamento.

- Michael, J. (1982). *Distinguishing between discriminative and motivational functions of stimuli*. *Journal of the Experimental Analysis of Behavior*, 37, 149-155.
- Michael, J. (1993). *Establishing operations*. *The Behavior Analyst*, 16, 191-206.
- Namo, D. (2001). *A violência retratada por um meio de comunicação de massa: uma perspectiva behaviorista radical*. Dissertação de mestrado apresentada à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, SP, Programa de Estudos Pós-Graduados em Psicologia Experimental: Análise do Comportamento.
- Nicolau, J. & Peixoto, V. (2007) Uma Disputa em Três Tempos: uma análise das bases municipais das eleições presidenciais de 2006. *XXXI Encontro Anual da ANPOCS*, Caxambu.
- Partido dos Trabalhadores (1980) *Manifesto de Fundação*. Recuperado de www.pt.org.br/institucional/#.
- Porter, M. E. (1985/1989). *Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior*. Rio de Janeiro: Campus.
- PSB (2014) *Programa de Governo*. Retirado de <http://www.psb40.org.br>
- PSDB (1988) *História*. Recuperado de www.PSDB.org.br/historia.
- PSDB (2004) *Bolsa Esmola*. Recuperado em <http://www.psd.org.br/bolsa-esmola-editorial/>.
- Rakos, R. (1993) Propaganda as stimulus control: The case of Iraqi invasion of Kuwait. *Behavior and Social Issues*, 3, 35-62.
- Rodrigues, A.T. (2003) *Diretas Já: o grito preso na garganta*. Fundação Perseu Abramo: São Paulo.
- Sampaio, A.A.S. & Andery, M.A.P.A (2010) Comportamento Social, Produção Agregada e Prática Cultural: uma análise comportamental de fenômenos sociais. *Psicologia: teoria e pesquisa*, 26, 1, pp. 183-192.
- Singer, A. (2009) Raízes sociais e ideológicas do lulismo. *Novos Estudos*, CEBRAP, 85, 83-102.

- Skinner, B. F. (1953). *Science and human behavior*. New York: Appleton Century Crofts.
- Skinner, B. F. (1957). *Verbal behavior*. Cambridge, MA: B. F. Skinner Foundation.
- Skinner, B. F. (1974). *About behaviorism*. New York: Alfred A. Knopf.
- Skinner, B.F. (1980). *Contingências do reforço: uma análise teórica*. São Paulo: Abril Cultural. (Coleção "Os Pensadores").
- Skinner, B. F. (1981). Selection by consequences. *Science*, 13, 4507, 501-504.
- Todorov, J. C. (1987). A constituição de metacontingências. *Psicologia: ciência e Profissão*, 7, 9-13.
- Tourinho, E.Z. (2012) O pensar: comportamento social e práticas culturais. *Acta Comportamental*, 20, (4), pp. 96-110. Retirado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274525194004>.
- Vasconcelos, M. G. F. (2007). Infidelidade política e partidária: dos partidos de aluguel ao abandono das premissas ideológicas, o fisiologismo a serviço do troca-troca entre partidos. Recuperado de <http://www.alepe.pe.gov.br/paginas/vermonografia.php?doc=Maria+das+Gra%E7as+Vasconcelos.pdf>

ANEXOS

**Anexo I: Links dos Vídeos dos Programas Eleitorais
(Mídia Digital)**

**Anexo II: Transcrição dos Programas Eleitorais
(Mídia Digital)**

**Anexo III: Tabelas de Classificação dos Programas Eleitorais
(Mídia Digital)**

**Anexo IV: Machetes de Jornal e da Revista Veja
(Mídia Digital)**

Anexo V: Descrição Detalhada das Cenas de Cada Programa Eleitoral

Descrição do Programa do PT em 09/10/2015

Uma análise mais abrangente do programa de Dilma revelou a existência de duas temáticas principais: Noção de Mudança e Diferenças Ideológicas entre o PT e o PSDB, que foram apresentadas de maneira a estabelecer o PT como o partido da mudança que já começou e o PSDB como o partido do retrocesso, para um tempo de dificuldades para os trabalhadores e para as classes de baixa renda. Desta forma, mesmo que a figura apresente a abordagem de diferentes temas, a maioria deles serviu como fundamento para validar as temáticas principais do programa.

O destaque para o tema mudança já fica explícito na primeira cena com o slogan da campanha, falado pelo narrador em off e com a imagem em destaque e ênfase com a frase escrita com letras amarelas em fundo verde: “Governo Novo, Ideias Novas”.

Em uma das primeiras cenas (cena 5) Dilma como falante introduz o termo mudança e como esse será tratado em sua campanha. Discursando para a câmera ela diz: “Ao abrir o 2º turno minhas palavras são antes de tudo, de agradecimento. Entendi o recado das ruas e das urnas. Os brasileiros e as brasileiras que me deram a vitória no 1º turno disseram que a melhor forma de continuar mudando é acelerar e aperfeiçoar o que está em andamento. E fazer um governo novo com ideias novas. Quero dizer a eles e aos que irão se juntar a nós nessa nova etapa que farei as mudanças que forem necessárias, para melhorar ainda mais a vida dos brasileiros. Esse é um compromisso que assumo de corpo e alma com todos vocês.”

Nesta fala Dilma introduz o termo mudança com a noção de continuidade “continuar mudando”, com a ideia de aperfeiçoamento do já está sendo feito e de compromisso de desenvolver novas ideias e mudanças para “melhorar ainda mais a vida dos brasileiros”. Esta introdução indica como a campanha de Dilma trabalhará sua narrativa sobre o tema “Mudança” ao longo de sua campanha: Os governos do PT já significaram a mudança no país ao longo de seus três mandatos e o voto no PSDB, por suas convicções ideológicas e desempenho no último mandato de FHC, seria o oposto da mudança, seria o retrocesso.

A partir desta proposta o programa apresenta eleitores (cenas 6, 7, 8, 9 e 10) representantes da classe trabalhadora de vários setores dando depoimentos sobre infraestrutura baseados em suas experiências pessoais que confirmam o que foi dito por Dilma: as mudanças positivas que suas vidas sofreram após os governos no PT. Estas cenas podem ter impacto no eleitor, tanto pelo perfil dos falantes (participantes da classe trabalhadora que tiveram novas oportunidades com os governos do PT) quanto por terem sido falas valoradas como positivas objetivas (respostas verbais semelhantes a fatos).

A Cena 11, que tem Dilma como falante, tem basicamente um conteúdo negativo. Nesta cena a candidata em sua fala mantém-se coerente com a temática e narrativa do programa: restabelecer a polarização ideológica entre PT e PSDB, que garantiram as vitórias do PT nas três

últimas eleições presidenciais. Além disto, o de destacar – “relembrar” - os pontos negativos do segundo mandato de FHC que culminaram na primeira vitória de Lula.

Com esse objetivo através de temas como ideologia e temas negativos (corrupção e incompetência administrativa), a candidata faz afirmações específicas e pontuais, ou seja, de valoração negativa objetiva. O que como já explicitado aumenta a possibilidade de que o conteúdo de sua fala seja apreendido como um tato, aumentando a efetividade da mensagem na construção ou manutenção de uma representação social desfavorável a FHC e ao PSDB.

Após algumas cenas em que recebe o apoio de várias figuras políticas, principalmente do Norte e Nordeste, mas com falas em sua maioria de conteúdo positivo genérico, o programa nas cenas seguintes retoma a temática de polarização PT e PSDB.

Na próxima cena, com o apresentador como falante, novamente, a temática principal foi apontar as diferenças ideológicas e as diferenças no desempenho do segundo mandato de FHC e nos mandatos do PT. Esta diferença é focada principalmente nos índices de desemprego e nos índices de pobreza da população. Toda a cena é baseada em imagens de manchetes de jornais (documental) e, novamente, tem um caráter negativo objetivo.

A cena seguinte, tem Dilma como falante e é basicamente marcada por um discurso, em sua maior parte com caráter propositivo objetivo. Nele a candidata descreveu as mudanças e avanços que realizará em um novo mandato apontados em seu discurso inicial sobre mudança (Governo Novo, Ideias Novas). Os temas por ela abordados foram: “mecanismo mais eficientes para frear a corrupção e a impunidade”; “implantação do programa Mais Especialidades; “modelo de segurança integrada”; “reforma profunda no ensino básico”; “controlando ainda mais a inflação, mas sem produzir o desemprego nem arrocho salarial”; “ideias novas para as políticas sociais onde já somos vanguarda...mas que podemos avançar muito mais”; “ideias novas para combater a corrupção...fui a única candidata a apresentar propostas concretas para agilizar os julgamentos e endurecer as penas contra corruptos e corruptores”.

Essa fala de Dilma sobre corrupção dá os primeiros indícios de como sua campanha irá tratar desse tema perante aos ataques realizados pela mídia e por seu adversário. Apresentando Dilma como uma agente de combate a corrupção e como a presidente que mais deu espaço para que casos de corrupção viessem à tona e que corruptos e corruptores fossem investigados e punidos.

As sete cenas seguintes são depoimentos de diversos eleitores relatando melhorias que tiveram a partir dos programas sociais do PT. Todas as cenas tinham como tema políticas sociais e foram positivos objetivos. Uma das eleitoras, após falar da melhoria de suas condições de vida, estabelece uma relação entre esta melhora e mudança: “...sou a prova de gente que acredita que pode haver mudança”. Todos estes depoimentos podem ser eficazes em afetar o eleitor tanto pelas características dos falantes (cidadãos de baixa renda que obtiveram melhoras no governo do PT), como pelo conteúdo de suas falas que descrevem e mostram em imagens os benefícios

conquistados. Além disto é importante salientar que este conjunto de cenas pode dar base para a noção de mudança proposta pelo PT: de que a mudança já começou.

Importante destacar que a maioria das cenas exibidas no primeiro programa de Dilma tiveram, independentemente de serem valorados como positivos, negativo ou propositivos a característica de serem objetivos (mais semelhantes a fatos e com maior força no estabelecimento de representações sociais)

Descrição do Programa do PSDB em 09/10/2015

Assim como no programa de Dilma, o programa de Aécio mesmo tendo abordado vários temas parecia seguir um fio condutor, chamados no presente estudo de temáticas principais da campanha: Noção de Mudança e Fortalecimento e formação da imagem de Aécio (o mostrar como administrador competente, próximo e preocupado com causas sociais, ético e de moral ilibada para combater a corrupção, comprometido com questões políticas e trabalhador desde sua juventude, capaz de ser o representante das diversas regiões brasileiras, como dito por ele mesmo “o candidato da integração nacional”).

Logo a primeira cena do programa é de apelo emocional, com música de fundo nordestina e mostrando imagens de Aécio em várias regiões do país intercaladas com cartões postais de várias cidades de diferentes regiões. Claramente com o intuito de passar a mensagem de Aécio ligado ao Brasil como um todo (tema: integração nacional). O que faz parte da tentativa de viabilizá-lo não como um candidato ligado, somente, às regiões Sul e Sudeste, mas como um candidato possível para todas as regiões.

Ainda sob a temática principal de Fortalecimento e formação da imagem de Aécio, a segunda cena, cujo o falante era um apresentador de meia idade com aparência de intelectual, destaca sua relação com seu avô Tancredo Neves. Tenta estabelecer um paralelo entre a ação e força de Tancredo na época das “Diretas Já”, com uma possível força de Aécio no cenário político que a campanha do PSDB tenta solidificar: “...30 anos depois justo quando o país mais precisa aparece um outro mineiro e neto de Tancredo para denunciar o que está errado e fazer a grande mudança que o Brasil precisa”.

O conteúdo da fala desta cena busca mais do que uma relação de transferência de simpatia entre Tancredo e Aécio e sim uma transferência de continuidade do papel exercido pelo avô para o neto. Contudo, esta relação apesar de seu caráter positivo é genérica pois, traça um paralelo entre épocas distintas mesmo que no discurso exista uma tentativa de torna-las semelhantes.

Esta cena traz o primeiro esboço de como a campanha de Aécio irá tratar o conceito de Mudança. Neste caso, já dá pistas de que esse será tratado como uma mudança a partir de uma justificativa moral (corrupção e política econômica) e de oposição e antagonismo ao governo vigente.

A próxima cena, se constitui de uma cena musical em que os temas principais abordados nas letras são: integração nacional e mudança. A letra da música revela a tentativa da campanha de trabalhar sua imagem e liga-la às diversas regiões brasileiras bem como indica-lo como candidato “Da Mudança”: “Olha o Brasil aí gente!!!/Junta este país inteiro/ Todo povo brasileiro/ do Oiapoque ao Chuí/ Vem com a gente Ceará, Mato grosso, Paraná, Rio Grande, Piauí/ Em cada praça em cada esquina/ Acre, Santa Catarina é Mudança em todo canto/ Vem com a gente vem Minas Gerais vem São Paulo vem Goiás junto com Espírito Santo./ Roraima tem caminho novo vem Mato Grosso do Sul, Paraíba e Amapá/ Vem Bahia vem mudar a Sorte vem Rio Grande do Norte Tocantins e o Pará/ Alagoas e o Distrito Federal vem Rondônia vem Sergipe/ Pernambuco e Maranhão/ Amazonas vem com Rio de Janeiro que o caminho é certo pode pôr seu coração/ junta esse país inteiro vem meu povo brasileiro vem mudar essa nação!” Durante a execução da música imagens dos Estados e Aécio em campanha por eles aparecem em destaque.

Apesar do apelo emocional da conjunção entre música, imagem e letra, a mensagem é valorada como positiva genérica, tem mais um formato de peça publicitária que pode afetar o eleitorado emocionalmente mas não traz dados ou informações que validem o que é dito.

Na próxima cena, aparentemente, com o intuito de fortalecer e formar uma imagem positiva do candidato, foram apresentados vários trechos, com narração em off e imagens com um formato que se assemelhava o de um documentário. A cena mostra diversos trechos da vida pessoal e política de Aécio, parecia que o intuito era o de apresentar o currículo de Aécio.

As imagens e as falas o mostravam: como pai de família amoroso, histórico político ressaltando que liderou a votação que acabou com a imunidade parlamentar, ressalta seus dois governos em MG em que teria cortado secretarias e seu próprio salário pela metade, diz que as famílias de Minas têm a melhor Saúde do Sudeste, reconhecimento internacional (foto com Bill Clinton e com o diretor geral da UNESCO), destaca que tem 30 anos de vida política e por fim afirma “Aécio está pronto para ser presidente e tem as forças políticas para fazer as mudanças que você quer e que o Brasil precisa.”

Apesar do conteúdo desta cena ter o objetivo de ser positivo para sua campanha, se for considerado que o eleitorado que estava sendo disputado era o de Marina Silva, que apesar de ter votado por uma terceira via de mudança, era distribuído em estados e regiões em que o PT saiu vitorioso nas últimas eleições, talvez, o currículo apresentado não correspondesse aos anseios desta camada de eleitores. Isto porque as cenas apresentadas reforçam sua imagem de representante do Sudeste, parte da elite, valoriza competências voltadas para a economia, ou seja, reforça seu vínculo com o perfil que o eleitor espera de um candidato do PSDB.

A cena seguinte tem como falante os dois garotos propaganda emitindo falas que contrapunham informações” favoráveis a Aécio em seu governo em Minas Gerais e desfavoráveis ao mandato de Dilma como presidente. Destacaram-se temas como economia (recessão no governo Dilma versus crescimento em MG na gestão de Aécio; Dilma aumentou número de

ministérios versus Aécio cortou secretarias e cargos políticos; Dilma diz que é preciso continuar como está versus Aécio diz que é preciso mudar). As afirmações destas cenas foram valorizadas como positivas genéricas para Aécio e negativas genéricas para Dilma.

Ainda a serviço de fortalecer e formar a imagem do candidato três cenas tendo figuras públicas como falantes: Eduardo Jorge (PV), Roberto Freire (PPS) e Pastor Everaldo (PSC) declararam seu apoio à candidatura de Aécio, entretanto, todas as falas foram de apoio mas todas com valoração positivas genéricas. O que pode sugerir a expectativa de transferência de simpatia, mas sem apontarem representantes específicos que levaram a este apoio.

A cena seguinte mantém a temática de apoio à campanha e de estabelecimento de relação com outra figura pública. Esta cena no panorama que se desenvolvia o segundo turno poderia ter um grande significado pois, se tratava do apoio recebido por Aécio do PSB, partido de Eduardo Campos. A cena foi composta pela imagem de Aécio discursando junto aos representantes do PSB (imagem de ênfase e emocional), em sua fala Aécio afirma estar emocionado por: “Levar pelo Brasil inteiro o legado de Eduardo Campos”. Se estabelecer vinculado à figura de Eduardo Campos poderia ser de extrema importância na conquista dos votos de Marina Silva e na penetração do leitor de Pernambuco. Entretanto, a fala de Aécio é de conteúdo genérico apelando para o emocional do eleitor, ou seja, não apresenta quais suas propostas e ideias que convergiam com as de Eduardo Campos e que representasse uma vinculação ideológica ou de continuidade das propostas de Campos.

A penúltima cena protagonizada pelo apresentador exaltou o resultado de uma pesquisa realizada pelo Instituto Paraná publicada pela Revista Época que indicava Aécio 8 pontos à frente de Dilma. Este dado dava base para a fala: “Quanto mais pessoas conhecem Aécio mais pessoas confiam em Aécio presidente!”

Pode-se afirmar que neste primeiro programa um dos focos principais era estabelecer o conceito de Mudança como simplesmente uma contraposição ao governo, principalmente, relativas a condutas econômicas e corrupção.

O outro objetivo que parecia estar por trás de todas as cenas era o de apresentar Aécio para o Brasil e o fortalecimento de sua imagem como um político ético e administrativamente competente e que tinha o apoio de outros partidos e, principalmente, à Eduardo Campos.

Chamou a atenção em seu programa a falta de propostas objetivas, bem como de depoimentos de eleitores ou de outras figuras públicas valoradas como positivas objetivas.

Uma importante diferença pode ser apontada quanto a como se configura a narrativa dos dois programas, e que se repete na maioria dos programas subsequentes. Enquanto o programa de Dilma mantém o formato: Dilma fala ora criticando o adversário ora ressaltando realizações de seu governo e é seguida de cenas ou com o narrador em *off* ou com eleitores com falas e imagens com valoração objetiva, confirmando o que havia sido dito pela candidata. Já no de Aécio, em geral, um narrador anuncia sobre o tema que vai ser falado ou sobre algum evento em que Aécio

participa e é seguido pelas cenas com as falas e imagens previamente introduzidas. Esta diferença pode exercer, ao longo dos programas, importante função em construir Dilma como uma falante considerada confiável. Tornando o que ela fala mais eficiente em termos em afetar o eleitor de maneira positiva.

Descrição do Programa do PT em 10/10/2015

Provavelmente, sob controle das reincidentes denúncias de corrupção em seu governo e ainda buscando conquistar o eleitorado de Marina Silva do primeiro turno (principalmente região norte e nordeste e de baixa renda), as temáticas que deram o tom deste programa foram: Corrupção; e realizações e propostas do governo Dilma para a melhoria das condições de vida da população.

Sobre a temática da corrupção, as cenas se dividiram em: Transformar a imagem de Dilma de política conivente com a corrupção para um agente de combate a ela; demonstrar que nos governos do PSDB as suspeitas de corrupção não eram investigadas e sim abafadas.

As cenas que tinham como intuito abalizar a imagem de Dilma como agente de combate à corrupção foram as: 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13 e 14.

As cenas 2 e 3 tiveram como falantes os garotos propaganda e tinham um caráter introdutório para o tema e as cenas a seguir, reafirmando as diferenças entre os dois partidos e a integridade de Dilma e sua intolerância à corrupção. A principal fala foi: "...tem tolerância zero com a corrupção. Prova disso é o respeito que ela demonstra pela autonomia dos órgãos que fiscalizam e apuram as irregularidades na administração pública". Estas cenas foram valoradas como a 2 como positiva genérica e a 3 como positiva objetiva.

As cenas 4, 5, 6 e 7 tiveram Dilma como falante e a principal tônica do discurso era o de afirmar a autonomia que seu governo dava aos órgãos de investigação "Todos sabem que tenho tolerância zero com a corrupção. E deixei isto bem claro, ao criar condições para investigar todo e qualquer delito e mal feito e levar a julgamento todos os corruptos e corruptores..."; como este procedimento era diferente no PSDB "...Nem sempre antes foi assim no Brasil.... aqui se costumava a varrer a corrupção para debaixo do tapete...", "Jamais aparelhamos a polícia federal ou a Procuradoria Geral da República. Essa é a nossa diferença em relação aos governos tucanos"; e, por último, o de se colocar como combatente à corrupção ao propor cinco medidas no combate à impunidade. Esta fala teve trechos tanto com valoração negativa genérica e negativa objetiva quanto positiva genérica e positiva objetiva.

As cenas subsequentes apresentaram as cinco medidas propostas por Dilma. Todas elas tiveram como falante um narrador em *off* e tinham o formato semelhante a uma cena de reportagem tele jornalística. As cinco medidas apresentadas foram: (1) aprovar lei que transforme em crime quem enriquece ilícitamente e não comprove a origem do dinheiro, (2) transformar em crime eleitoral a prática de caixa dois, (3) confisco dos bens adquiridos de forma ilícita ou sem comprovação, (4) agilizar os processos que envolvam desvio de dinheiro público e (5) maior

agilidade nos processos contra àqueles que possuam foro privilegiado. Esta cena tem valor propositivo objetivo.

Após uma cena de Dilma como falante em que reafirma a diferença no combate à corrupção entre o seu governo e os do PSDB, o programa exhibe duas cenas com narrador em *off* que, com imagens documentais e dados, comprovam que tanto no governo FHC quanto no governo de Aécio as denúncias não eram investigadas ou por uma suposta falta de interesse das agências investigativas ou, no caso de Minas, por uma prática de censura à mídia que publicasse notícias negativas sobre o governo de Aécio. Estas cenas com narrador em *off* e apresentação de manchetes de jornais, além de ter um valor negativo objetivo, têm a força do formato jornalístico da cena em afetar o eleitor.

As cenas descritas a seguir são relativas à temática de realizações e propostas do governo Dilma para a melhoria das condições de vida da população.

Várias cenas foram exibidas com o narrador em *off* e com imagens que ilustravam o que era dito sobre propostas objetivas ou de realizações de Dilma e todas ligadas ao *slogan* “Governo Novo. Ideias Novas”.

Teve cena propositiva objetiva para a saúde e positivas objetivas quanto a: investimentos e melhorias na infraestrutura do transporte público, investimentos que teria feito na infraestrutura de transporte em São Paulo (citando exemplos), realizações nas áreas sócias como os programas: Mais Médicos, Ciência sem Fronteira, Prouni e o Minha Casa Minha Vida.

A cena seguinte, com valor positivo objetivo, se constituiu em um diálogo entre Dilma e eleitoras de baixa renda da região Nordeste, em especial o estado do Ceará. Em que as eleitoras mostram como suas vidas se transformaram para melhor com o “Minha Casa Minha Vida”, todas as falas com imagens das casas novas adquiridas através do programa social.

Após estas cenas, Dilma como falante reafirma em um discurso o que as cenas anteriores tinham mostrado que foi a melhoria que a população nordestina de baixa renda teve em suas vidas, e questiona “Aqueles que dizem que aqui estão as pessoas que não sabem votar, nunca estiveram aqui. Nunca conheceram a qualidade desse povo”. Esta fala de Dilma reacende a questão do Brasil polarizado entre eleitores do PSDB membros da elite das regiões Sul e Sudeste e os eleitores do “Lulismo” eleitores de baixa renda das regiões Norte e Nordeste.

Esta divisão entre o país entre classes sociais e regiões diferentes se transformou em uma questão importante nas discussões e temáticas dos programas eleitorais do PT e para as eleições.

Descrição do Programa do PSDB em 10/10/2015

Já as temáticas principais do segundo programa de Aécio parecem continuar sendo as mesmas que do primeiro programa: “Mudança” e “Fortalecimento e formação da imagem do candidato”, mas o programa, além de parecer ainda estar sob controle do resultado do primeiro turno, também sofreu influência do debate da TV Record.

As cenas sobre Fortalecimento de sua imagem foram em sua maioria de valoração propositiva ou positiva genérica mostrando eleitores (5 cenas), figuras públicas e principalmente artistas e esportistas (Fagner, Zezé de Camargo, Wanessa Camargo, Zico, Chitãozinho e Xororó, Bernardinho entre outros) e de políticos como Geraldo Alckmin, José Serra e ACM Neto dando apoio à candidatura de Aécio (14 cenas). Todas estas cenas tinham um caráter positivo genérico e se constituíam de frases curtas declarando voto em Aécio e o reconhecendo como candidato da “Mudança. Estas cenas, claramente, tinham como intuito uma transferência de simpatia entre o candidato e os falantes.

Sobre a participação de Geraldo Alckmin e José Serra no programa algumas observações podem ser levantadas. Partindo-se da suposição de que (1) os votos de Aécio do primeiro turno se manteriam, pois vinham em sua grande maioria da base eleitoral das últimas três eleições presidenciais; (2) do fato de que estes dois políticos do PSDB participaram dos três últimos pleitos e perderam as eleições com o PT; (3) de que os mesmos têm suas imagens relacionadas à elite e ao Sudeste; (4) de que o eleitorado que estava sendo disputado o de Marina Silva, apesar de ter votado por mudança (terceira via) era em sua maioria composta por eleitores de classes sociais e regiões que em eleições polarizadas entre PSDB e PT ajudaram a eleger os candidatos petistas, poder-se-ia questionar se esta vinculação no programa poderia ter valor negativo para a imagem de Aécio perante a disputa de novos votos.

Neste momento do programa foi repetida exatamente a mesma sequência de cenas do programa anterior, a que fala sobre sua vida familiar, relação com Tancredo Neves, currículo político, relação com figuras internacionais e feitos administrativos em MG.

Sobre o tema mudança Aécio protagonizou uma cena retirada do Debate da TV Record. Nesta cena ele falou sobre Crescimento econômico do Brasil e fez acusações à administração do mandato de Dilma e promessas de melhorar a situação sem dar detalhes (positiva genérica e negativa genérica)

Em cenas seguintes um narrador em *off*, com cenas semelhantes às utilizadas na mídia jornalística televisiva, apresenta propostas objetivas para: Segurança, propostas de “Controle rígido nas Fronteiras” e mais 50 mil policiais nas ruas (propositivo objetivo); Social, apresenta o programa “Fica Vivo”, “Programa família brasileira” (propositivo objetivo); Saúde, criação dos “Consultórios Populares de Saúde”(propositivo objetivo); Educação, “Poupança Jovem Brasil” e “Mutirão de Oportunidades”(propositivo objetivo); Crescimento e Infraestrutura, fala de maneira geral em combater a inflação e a corrupção, recuperar credibilidade de investidores internacionais, investir em obras (propositivo genérico). Ou seja, apesar de no tema mudança o programa de Aécio ter apresentado mais cenas com valor propositivo e propositivo objetivo, seu programa se constituiu basicamente de cenas positivas genéricas e de algumas cenas negativas genéricas; todas as cenas em que seu programa criticou a candidata Dilma foram valoradas como negativas

genéricas. Já o de Dilma conteve muito mais cenas positivas, propositivas e negativas com valoração objetiva.

Outra diferença que persiste está na forma e ordem em que as cenas e falantes se alternam formando a narrativa do programa. Enquanto o programa de Dilma mantém o formato: Dilma fala ora criticando o adversário ora ressaltando realizações de seu governo e é seguida de cenas ou com o narrador em *off* ou com eleitores com falas e imagens com valoração objetiva, confirmando o que havia sido dito pela candidata. Já no de Aécio, em geral, um narrador anuncia sobre o tema que vai ser falado ou sobre algum evento em que Aécio participa e é seguido pelas cenas com as falas e imagens previamente introduzidas.

Descrição do Programa do PT em 11/10/2015

No terceiro dia de programa as temáticas principais que foram abordadas foram: Diferenças ideológicas e, por conseguinte, administrativas entre PT e PSDB e o Fortalecimento da imagem de Dilma junto ao eleitor jovem.

As cenas descritas abaixo se referem à temática de diferenças ideológicas e administrativa entre os dois partidos, tópico que ocupa pelo menos $\frac{3}{4}$ do tempo do programa.

Já nas primeiras cenas, tendo o apresentador como falante e com a utilização de imagens de ênfase e documental, o programa faz severas críticas e prevê consequências negativas tanto econômicas e quanto sociais para o país, a partir da escolha de Armínio Fraga para Ministro da Fazenda; apresentando manchetes de jornais que salientam o mau desempenho econômico do segundo mandato de FHC (quando Armínio era Ministro) e falas de Armínio Fraga tentam justificar sua previsão: “Gasto público deveria ser limitado por uma lei”, “O salário mínimo cresceu muito”, “Para fazer bondade, é preciso primeiro arrumar a casa”, “posso querer distribuir mais dinheiro para os mais velhos agora, mas vou tirar das crianças? É de opções que estamos falando”. Após apresentar estas falas o apresentador diz: “Essa é a visão de governo de Armínio Fraga. Assustador não é?” (Cenas negativas objetivas).

O programa prossegue afirmando que estas medidas impopulares podem gerar cortes na saúde, educação e nos Programas Sociais e a partir daí começa a mostrar cenas que diferenciam as prioridades de cada estilo de governo e reforça as características opostas a estas medidas que caracterizam o PT: “Já Dilma é a garantia de mais avanços em todas essas áreas.”

Estas primeiras cenas parecem ter como objetivo enfraquecer as afirmações de Aécio sobre a continuidade dos programas sociais e de investimentos nas áreas com população mais carente.

A partir destas cenas, e seguindo o padrão narrativos de seus outros programas, Dilma surge como falante e apresenta propostas para melhorar a saúde; cita o “Mais Especialidades”, descreve sua abrangência e como ele seria. (Propositiva objetiva)

Como nos outros programas, uma série de cenas com o narrador em *off* e depoimentos de eleitores confirmam e fortalecem o que foi dito pela candidata.

Em uma cena o narrador destaca que já existe um centro similar de atendimento como o proposto no “Mais Especialidades” no Ceará e as imagens dão ênfase ao que ele fala (positivo objetivo).

Com eleitores como falantes, depoimentos e imagens vão confirmando o que o narrador disse e fortalecendo a fala de Dilma. Nestas cenas o eleitor descreve os benefícios e a diferença que este modelo de atendimento médico trouxe na qualidade e rapidez de atendimento (Foram 4 cenas, todas positivas objetivas). Exemplo da fala de uma eleitora: “Eu passei um ano, um ano e meio, para esperar um reumatologista e um ortopedista, quase três anos para cardiologia. E hoje, aqui, encontrei tudo o que eu queria”.

Mais cenas que confirmam a fala de Dilma em relação à sua preocupação com a saúde, mas agora sobre o programa “Mais Médicos”, continuam nos mesmos moldes: primeiro um narrador em *off* destaca e descreve as conquistas e propostas (positivo objetivo) e depois eleitores dão depoimentos que confirmam o que ele disse e embasam a fala de Dilma (positivo objetivo). Exemplo da fala de um eleitor: “Já pensou um dia que nem hoje, eu com consulta marcada? Tinha que ir na chuva, agora vem em casa. Chique, né? Muito bom”.

A partir daí o programa exhibe cenas, com narrador em *off* e imagens que ilustram o que ele vai dizendo, que mostram propostas objetivas de Dilma para a Educação e Segurança: “Ensino em tempo integral”, “Mudança do currículo e a criação de novos estímulos ao professor”, “Centros de Comando e Controle em todo país”.

Provavelmente visando o eleitor de Pernambuco, o programa apresenta seis cenas, relatando bem feitorias realizadas no governo Dilma, em Pernambuco. O falante era o narrador em *off* e imagens enfatizando e exemplificando o que ele dizia. As seis cenas enfatizaram: expansão do metrô, obra de dois novos BRTs e do corredor via mangue, modernização do complexo de Suape, fortalecimento da indústria naval, entrega de 770 máquinas como retroescavadeiras e caminhões pipas para 170 prefeituras, projeto de integração do Rio São Francisco, o programa “Mais Médicos” em 144 municípios e 53.137 unidades de casas entregue através do “Minha Casa Minha Vida”, criou sete novas escolas técnicas e um campo universitário (positivas objetivas)

Após descrever todas estas realizações e propostas feitas por Dilma, o programa volta a pontuar a diferença entre o que Dilma fez nas áreas sociais no Brasil e o que Aécio teria feito em Minas Gerais. Tendo como falante o apresentador e imagens documentais (manchetes de jornal), a cena chama atenção para o pagamento de salários. Esta cena, negativa objetiva, parece ter como objetivo questionar a credibilidade de Aécio, o que se confirma com a fala final da cena: “Por isso, nesse momento que Aécio apresenta propostas para o Brasil, é bom o Brasil se perguntar se ele cumpre o que promete”. E, ainda na cena, salienta a derrota de Aécio para Dilma em Minas (negativa objetiva).

Desta forma este conjunto de cenas do início do programa até aqui, além de expor diferenças ideológicas e administrativas dos dois partidos, parece ter planejado e apresentado as suas cenas fortalecendo a credibilidade de Dilma como falante e enfraquecendo a de Aécio.

Estes trechos em que se coloca em dúvida a ideologia e a confiabilidade de Aécio como falante “que não cumpre o que fala” pode estar sob controle de desacreditar as críticas e promessas feitas por ele no debate e que foram repetidas no programa anterior a este.

O último quarto do tempo do programa foi voltado para a temática “Fortalecimento da imagem de Dilma com o eleitor jovem”. A cena que introduz a etapa do programa dedicada à temática do apoio da juventude apresenta imagem de ênfase e com impacto emocional (jovens saindo do ônibus em frente ao palácio do Planalto) e o narrador em *off* afirmando: “Quem defende um país mais justo e participativo e sem retrocesso está com Dilma.” Esta frase além de reafirmar as bases ideológicas que permeiam o PT, ainda de maneira indireta, traz o tema “Mudança” e a maneira que o PT o trabalhou na campanha “PSDB não é mudança, sim retrocesso”.

Um conjunto de 17 cenas (as cenas finais) mostra um encontro e diálogo entre Dilma e líderes de movimentos da juventude. As cenas se constituem de depoimentos dos jovens ou diálogos entre eles e Dilma, que estão sentados em roda em uma sala do Palácio do Planalto.

As falas no geral são dos jovens em apoio à candidatura de Dilma e falas de Dilma sobre ideologia e luta política. Frases como: “Tem um nível de crença que a gente tem na juventude que é uma coisa que justifica você estar no mundo, sabe como é que é? Eu justifico a minha presença no mundo pelo que eu acredito”, “Nós temos que ter a capacidade de lutar. Se você tem a capacidade de lutar pelo que você acredita. Uma parte do caminho ‘tá’ feito. Depende de você. Depende de você, depende de cada um de nós mudar este país”. Todas as cenas apesar do grande apelo emocional, transmitido pelos jovens e por Dilma, foram positivas genéricas.

Descrição do Programa do PSDB em 11/10/2015

O programa de Aécio parece manter as temáticas principais abordadas desde o primeiro dia: “Fortalecimento e formação da imagem do candidato”. Neste programa o foco está em estabelecer Aécio ligado a questões trabalhistas e a representantes de sindicatos, além de novamente, apresentar seu currículo pessoal e o de estabelecer relação de apoio com figuras públicas.

Seguindo os moldes da narrativa de seus programas a apresentadora anuncia: “Hoje nós vamos mostrar uma conversa franca de Aécio com importantes lideranças sindicais do país”. E em seguida são apresentadas as cenas realizadas no encontro. Foram um total de 9 cenas, que ocuparam praticamente metade do programa, em que se intercalavam perguntas dos líderes sindicais e respostas de Aécio. Os líderes sindicais presentes eram representantes da Força Sindical, Sindicato Nacional dos Aposentados, Pensionistas e Idosos da Força Sindical, Sindicato dos metalúrgicos de São Paulo e Mogi das Cruzes, Federação dos Trabalhadores na alimentação

do Estado de São Paulo, UGT, Sindicato dos Trabalhadores da Construção Civil, Sindicato das Costureiras de São Paulo e Osasco.

No geral as cenas eram formadas por uma pergunta do líder sindical (com críticas ao atual governo), a resposta de Aécio e uma réplica dando apoio e declarando credibilidade a figura do candidato. Além do tema apoio, contido, nas réplicas dos líderes sindicais, os temas das perguntas englobaram questões econômicas e ideológicas. Quase todas as perguntas continham uma crítica ao governo de Dilma e um questionamento de como Aécio iria lidar com o problema. Um exemplo destes diálogos: “Cristina Maria dos Santos da Silva. Diretora do sindicato dos Metalúrgicos de São Paulo e Mogi das Cruzes. Cristina: – Senador Aécio, a atual política de valorização do salário mínimo que vai acabar ano que vem, se o senhor eleito o senhor vai dar continuidade? Aécio: – Cristina a atual política do salário mínimo foi uma construção no Congresso, não foi obra deste governo, como eles gostam de falar. E nós, o meu partido, PSDB, e o Solidariedade do meu companheiro Paulinho da Força foram os dois partidos que apresentaram o projeto que vai garantir a política do salário mínimo até o ano de 2019. Mas no meu governo, além da política do salário mínimo, eu vou fazer o Brasil crescer, e aí, a valorização vai ser muito maior. Cristina: – Por conhecer o seu trabalho e a sua pessoa, eu acredito no que o senhor está dizendo. Aécio: – Muito obrigado.”

As perguntas tiveram valoração de negativas genéricas, as respostas de Aécio como propositivas e positivas genéricas, e as réplicas, como o que era avaliado era o tema apoio e estabelecimento de relação com outra figura pública, foram valoradas em positivas objetivas.

Parece que a equipe de Marketing apostou na formação de representação social pela repetição do conteúdo. Praticamente todas as cenas até o final do programa são repetições idênticas das já apresentadas no programa anterior. Assim se repete, pela terceira vez seguida, a cena de apresentação de currículo de Aécio, trecho copiado do primeiro dia de programa. As imagens e as falas o mostravam: como pai de família amoroso, histórico político ressaltando que liderou a votação que acabou com a imunidade parlamentar, resalta seus dois governos em MG em que teria cortado secretarias e seu próprio salário pela metade, diz que as famílias de Minas têm a melhor Saúde do Sudeste, reconhecimento internacional (foto com Bill Clinton e com o diretor geral da UNESCO), destaca que tem 30 anos de vida política e por fim afirma “Aécio está pronto para ser presidente e tem as forças políticas para fazer as mudanças que você quer e que o Brasil precisa”.

Logo depois se repetem, pela segunda vez, as cenas com as figuras públicas dando apoio a ele. Para evidenciar que as cenas são absolutamente idênticas, segue trecho copiado do programa dois: “As cenas sobre Fortalecimento de sua imagem foram em sua maioria de valoração propositiva ou positiva genérica mostrando eleitores (5 cenas), figuras públicas e principalmente artistas e esportistas (Fagner, Zezé de Camargo, Wanessa Camargo, Zico, Chitãozinho e Xororó, Bernardinho entre outros) e de políticos como Geraldo Alckmin, José Serra e ACM Neto dando

apoio à candidatura de Aécio (14 cenas). Todas estas cenas tinham um caráter positivo genérico e se constituíam de frases curtas declarando voto em Aécio e o reconhecendo como candidato da 'Mudança'. Estas cenas, claramente, tinham como intuito uma transferência de simpatia entre o candidato e os falantes”.

Pode-se destacar, na comparação dos dois programas, novamente, o aspecto da ordem da narrativa. O fato de que o programa do Aécio ter tido mais cenas com valorização negativa, mas em sua grande maioria genéricas, enquanto, o de Dilma teve menos cenas negativas, mas a maioria objetivas. No que foi considerado positivo ou propositivo, o programa de Dilma apresentou muito mais falas consideradas como objetivas; principalmente se considerar que das 26 cenas valoradas como positivas objetivas, no programa de Aécio, 24 obtiveram esta valoração pois avaliavam o estabelecimento de relação com outra figura pública. Deve-se destacar a persistente utilização de repetições de cenas no programa do candidato Aécio.

Descrição do Programa do PT em 12/10/2015

Provavelmente porque o quarto programa coincidiu com a data comemorativa do dia das crianças, uma das temáticas principais do programa de Dilma foi salientar a preocupação de seu governo com as crianças e das melhorias nas condições de vida destas nos governos de Lula e no dela, além de propostas para questões sociais. Outra temática abordada, possivelmente sob controle das incessantes denúncias da mídia envolvendo seu governo, foi a corrupção.

Conforme o estilo de narrativa de seus programas, Dilma abre o programa fazendo afirmações sobre a importância de se valorizar e proteger as crianças e descreve várias medidas de seu governo neste sentido. A fala de Dilma: “A criança é o começo de tudo, é o princípio da vida, é o primeiro dia do futuro. Graças a Deus o Brasil venceu o tempo em que a criança era o lado mais frágil da pobreza. Hoje ela é parte mais protegida de um país mais forte e mais justo. No meu governo 22 milhões de brasileiros venceram a pobreza extrema. Entre eles mais de oito milhões são crianças. Colocamos a criança no centro de nossas atenções. Estamos reduzindo como nunca a desnutrição e mortalidade infantil. Temos mais creches e escolas em tempo integral. Por tudo isso está nascendo a primeira geração de brasileirinhos e brasileirinhas livre da fome. Nas três milhões e seiscentas mil moradias que já entregamos e estamos construindo, por todo o Brasil vão crescer milhões de crianças mais felizes e mais seguras. Digo tudo isso não porque hoje é o dia da criança. Mas porque ela é e vai continuar sendo uma grande prioridade do meu governo. Tudo o que nós fazemos pela criança tem o poder de mudar a vida de melhorar o futuro de uma nação”. Esta fala teve trechos considerados positivos objetivos, um como positivo genérico e, no final, propositivo genérico.

Como nos outros programas, sua fala é seguida por cenas que apresentam dados que confirmam o que foi dito por ela. A primeira delas tem como falante o apresentadordestacando que: “Antes dos governos Lula e Dilma era comum encontrar legiões de crianças pedindo esmola nas

ruas, hoje é muito mais difícil encontrar esse tipo de situação e o Bolsa Família teve participação decisiva nesta mudança” (positivo genérico).

Depois desta cena há uma sequência de cenas que mesclam o depoimento de uma eleitora (psicóloga que aparentemente trabalha no serviço público), garota propaganda, uma eleitora moradora de uma área flutuante, em uma residência do tipo palafitas, e uma professora. As falas destas cenas tinham como tema Educação e foram todas valoradas como positivas objetivas.

Por exemplo:

Eleitora/Psicóloga “– O bolsa família ele ajuda não somente no repasse da verba...Não é só isso. Ele pede algo em troca né? É você garantir que seu filho esteja na escola...Vai também estar garantido a saúde dele por que é uma das condicionalidades do bolsa família que ele possa estar tendo direito a ser vacinado...Vai além do dinheiro né? O governo tá dizendo: sim eu vou pagar pra que você possa estar fazendo com que seus filhos estejam com seus direitos garantidos”.

Apresentadora“– Colocar as crianças na escola foi o primeiro e decisivo passo para fazer a nossa população infantil superar a pobreza...Ela já implantou o ensino de tempo integral em 55 mil escolas públicas e serão 60 mil até o fim do ano. Dilma também ampliou o programa Caminho da Escola, que garante transporte gratuito para mais 4 milhões e meio de estudantes da zona rural e de cidades de pequeno porte”.

Eleitora/residente em palafitas: “– Foi assim uma benção na comunidade porque como nossa comunidade é uma comunidade flutuante as crianças vinham de canoinha arriscado de ter jacaré, temporal foi bom demais!”

Eleitora/Professora: “–...traz essa oportunidade pra criança não é só a ler e escrever, mas elas precisam interpretar. Elas começam a ler e identificar o que ela está lendo tanto pra língua portuguesa como também para matemática”.

Ou seja, todas as falas confirmam em depoimentos ou com dados o que foi dito por Dilma, e de novo, aumenta a possibilidade de tornar Dilma como uma falante confiável, aumentando as chances de que suas falas sejam percebidas por parte do eleitorado como fatos e fortalecendo a crença nas suas falas propositivas.

A próxima cena, narrada em *off* e com imagens de fundo emocional (fotos de pessoas miseráveis são penduradas em um varal ilustrando a fala, seguidas de imagens de Lula e Dilma em fotos com pessoas pobres e, ao longo da cena, as fotos vão mostrando famílias felizes), teve o intuito de destacar a diferença entre o governo “tucano” e os de Lula e Dilma, atribuindo aos dois últimos governantes a responsabilidade em “retirar nosso país do mapa da fome. Isso só foi possível porque, ao contrário do governo “tucano”, “Lula e Dilma souberam mudar o Brasil para melhor”. Esta cena tem uma importância que vai além de demonstrar os resultados em relação a melhora de vida dos brasileiros. Nela há o estabelecimento de Lula e Dilma em uma relação de

continuidade de governo e não só de apoio por transferência de simpatia (cena com valoração positiva objetiva e negativa objetiva). Considerando que parte do eleitorado que votou em Marina Silva formaram parte da base de eleitores de Lula nas eleições anteriores, o reestabelecimento da polarização entre PT e PSDB poderia tornar esta relação de continuidade entre Lula e Dilma importante na recuperação destes eleitores.

As duas cenas posteriores, nos moldes do falante como narrador em *off* e imagem que davam ênfase e ilustravam com dados o que ele ia dizendo, tiveram como objetivo estabelecer diferenças entre os governos do PSDB e do PT e demonstrar o desempenho superior dos governos de Lula e Dilma tanto no aspecto econômico (PIB) quanto na área da educação. As cenas pelo conteúdo de suas falas e imagens apresentadas foram valoradas como positivas objetivas e negativas objetivas.

Na cena seguinte Dilma como falante destaca e ressalta as informações dadas nas cenas anteriores e que por seu caráter objetivo tinham semelhanças com fatos, podendo tornar o conteúdo restante de toda sua fala mais efetivo. Foi neste contexto, em que reafirmava colocações positivas objetivas, que Dilma levanta a questão da parcialidade da imprensa: “Por mais que meu adversário com apoio de certa imprensa tente vender uma imagem distorcida do Brasil. A verdade é que estamos enfrentando e superando enormes desafios” (negativa genérica). Ao trazer à tona a imprensa como agência parcial sobre um tema em que acabara de ser exposto e comprovado com dados, ela aumenta a possibilidade de abalar a confiabilidade do eleitor nas informações divulgadas pela imprensa e de que esta estaria a serviço de interesses eleitoreiros.

É neste contexto que ela atesta ser fiel a dois grandes fundamentos morais: “Igualdade de oportunidade para todos. E combates sem tréguas a corrupção”. Trazer a temática da corrupção (questão principal de críticas e acusações da imprensa) quando tinha acabado de, com dados, questionar a imparcialidade da imprensa foi um passo importante para enfraquecer o impacto das denúncias de corrupção e criar a sugestão de que essas denúncias também seriam frutos de interesses políticos.

Desta forma, logo na cena seguinte, ainda seguindo a narrativa de que Dilma seria combatente da corrupção e não corrupta, o apresentador resume as cinco medidas já antes anunciadas por Dilma para combater a corrupção (positiva objetiva). Provavelmente toda a narrativa estabelecida nas cenas anteriores, que levantou suspeitas sobre as intenções da imprensa, poderia fortalecer a mensagem de Dilma como um agente contra a corrupção.

As duas cenas seguintes reapresentam propostas objetivas para saúde e segurança: “Programa Mais Especialidades” e o programa de segurança “Centro de Comando e Controle”.

Nas cenas posteriores o programa destaca realizações no estado do Rio de Janeiro (estado em que Marina obteve muitos votos) que tiveram o apoio de sua gestão. Desde de setores como infraestrutura, educação e o “Programa Minha Casa Minha Vida” (cena valorada como positiva objetiva).

As próximas cinco cenas destacam o apoio que Dilma vem recebendo pelo Brasil e colhe depoimento de eleitores apoiando Dilma com falas positivas genéricas.

As três últimas cenas de Dilma mostram a candidata em um encontro com uma menina de Salvador que dá voz à uma das músicas da campanha, com imagens de apelo emocional, e estabelecem uma relação de “carinho” de Dilma para com a criança. Esta cena, apesar de ser positiva genérica, tem um grande apelo emocional pois apresenta Dilma como alguém que respeita e tem carinho pela criança, mostrando uma faceta mais dócil e maternal da candidata.

Os dois apresentadores mais importantes a serem destacados neste programa foram o estabelecimento de Lula e Dilma em uma relação de continuidade governamental e o da possibilidade de ter sido eficaz em levar a um questionamento da credibilidade da imprensa pelo eleitor.

Descrição do Programa do PSDB em 12/10/2015

O quarto programa de Aécio parece ter novamente como temática “Fortalecer e formar sua imagem”: apresentação de seu currículo pessoal e ataques e declarações de sua capacidade em “retomar” o controle da inflação e da economia e declarações de figuras públicas endossando sua candidatura. Uma temática nova aparece e envolve a tentativa de atacar a campanha de Dilma e desacreditá-la. O programa já começa a serviço desta última temática. Neste um narrador em *off* lê uma carta, que aparece no vídeo, em que Dilma elogia FHC, tentando por sua vez enfraquecer as críticas feitas em sua campanha ao ex-presidente. Termina a cena questionando: “Quem fala a verdade? A Dilma que ataca para ganhar votos ou a Dilma que escreve e assina embaixo?” Como há o uso de documentos a cena foi valorada como negativa objetiva.

Entretanto, ao se ler conteúdo da carta, esta crítica perde um pouco de seu impacto, pois, apesar de realmente elogiar a figura de FHC como um exemplo de um político democrático e aberto ao diálogo e ao destacar a estabilidade econômica conquistada em seu governo, uma frase na carta salienta as diferenças ideológicas que Dilma mantém com FHC: “Não escondo que nos últimos anos tivemos e mantemos opiniões diferentes...”

Nas próximas cenas do programa retoma-se a temática de fortalecimento e formação da imagem do candidato. Nelas se repete pela quarta vez a cena em que o relaciona a Tancredo, seu papel de pai de família, sua formação acadêmica, história política, bem feitorias em MG e contatos com figuras internacionais.

As próximas cenas que tem como falantes a garota propaganda, Aécio e cinco eleitores atacam a ameaça de volta da inflação. A apresentadora lê uma manchete do jornal O Globo “Inflação ainda mais alta” e, após ler a manchete, descreve uma “suposta” fala do Ministro da Fazenda: “por causa da inflação alta os brasileiros devem trocar carne por aves e ovos”. A partir desta declaração afirma que este resultado, alta da inflação, vem da ineficiência do governo. Como a cena utilizou manchete de jornal, e o dado sobre a inflação era real, a cena foi valorada como negativa objetiva.

Na cena de Aécio como falante ele relata a dificuldade e o desafio que foi para o governo FHC estabilizar e baixar a inflação depois de tantas tentativas fracassadas. Estabelece o Plano Real como o viabilizador dos programas sociais dos governos do PT; declara que é esta estabilidade que Dilma está colocando em risco e destaca "...a inflação está aí voltou e assusta a todos. E o que o governo faz para combater? Pede a você para deixar de comprar carne e comprar frango ou ovos? Essa é a política oficial de combate à inflação deste governo..." (avaliação positiva objetiva, em relação às medidas do governo FHC e negativa objetiva, em relação ao aumento da inflação).

Nas cenas seguintes os cinco eleitores emitem falas negativas genéricas com um conteúdo de revolta e focados na questão da "recomendação" do Ministério da Fazenda. Um exemplo das falas: "Manda eles comerem ovo e frango. Eu não! Eu quero comer carne. Eles que tem que diminuir os preços".

A partir destas críticas, Aécio protagoniza uma cena em que estabelece propostas, mas todas de conteúdo genérico, de como seria "implacável" com a inflação, buscaria a estabilidade econômica e retomaria o crescimento do país. Contudo seu depoimento parece mais uma lista de promessas e desejos do que, realmente, indica caminhos sobre como vai realizar o que propõe (propositiva genérica).

A cena seguinte, com um narrador em *off*, lista uma série de medidas que possibilitariam que Aécio conquistasse o que prometeu na cena anterior. Há algumas proposições genéricas, como "combate da inflação", e outras mais objetivas, como "revisão do fapresentador previdenciário", "simplificação do sistema tributário" entre outros. Mas, mesmo assim, sem dar detalhes de como isto seria realizado e sem explicar para o eleitor o que estas medidas significariam. Neste sentido, essas propostas, apesar de entrarem na classificação de objetivas neste estudo, podem ter um linguajar e características que não são compatíveis com o eleitorado que estava em disputa.

As próximas cenas até o final envolvem praticamente uma repetição das duas cenas exibidas nos programas anteriores em que figuras públicas declaram de forma genérica apoio à Aécio. Só o que a diferencia é a ordem da apresentação dos falantes e a substituição de algumas figuras por outras. Contudo José Serra e Geraldo Alckimin se mantêm presentes nas cenas de apoio. A avaliação para o estabelecimento da relação de Aécio com as figuras públicas foi categorizada como positiva objetiva, mas a grande maioria das falas era positiva genérica.

Na comparação entre os dois programas quanto ao conteúdo negativo contra o outro candidato, o programa de Aécio apresentou mais cenas com este objetivo e aumentou a objetividade de suas críticas em relação aos programas anteriores. Uma questão a ser levantada aqui é que, apesar da avaliação negativa objetiva, tanto os temas que foram tratados quanto a maneira de explicitá-los não eram condizentes com a audiência que formava o eleitorado que estava sendo disputado. Já o de Dilma, apesar de ter sido menos negativo, quando o foi, teve

características de negativas objetivas e tratou de temas com uma linguagem mais adequada ao eleitor em disputa.

Novamente o programa de Dilma foi mais propositivo e mais objetivo do que o de Aécio. Outro aspecto a se destacar é a insistência no uso de repetições de cenas de programas anteriores no programa de Aécio.

Descrição do Programa do PT em 13/10/2015

O quinto programa de Dilma estabeleceu três temáticas bem claras: diferenças ideológicas entre o PT e o PSDB (trazendo de novo a questão da polarização dos partidos e do eleitorado que representam); priorização dos eleitores do Nordeste e fortalecimento da relação de continuidade entre seu governo e o de Lula.

A temática de diferença ideológica é abordada de maneira mais direta logo no início do programa, entretanto não deixa de estar subentendida nas cenas em que relata as prioridades e realizações de seu governo e de Lula.

Logo na primeira cena, o apresentador e a apresentadora reafirmam diferenças ideológicas quanto às questões ligadas ao emprego e o salário dos trabalhadores, e falam que “pelo passado dos governos tucanos a gente bem sabe o que pode vir por aí” (negativo genérico).

Tendo a atriz como falante, a mesma reforça a fala anterior em que criticam a escolha de Armínio Fraga como Ministro da Fazenda e apresentam manchetes que o ligam aos problemas econômicos e a perdas para os trabalhadores no segundo mandato de FHC. A cena se constitui na leitura de manchetes de jornais daquele período: “Fraga assume e eleva juros para 45%” e “tarifas públicas sobem mais que o dobro da inflação no governo FHC”. A cena salienta ainda que Armínio tem planos de esvaziar a importância dos bancos públicos, maiores investidores das pequenas empresas e dos programas sociais (negativo objetivo).

A cena seguinte comprova o que é dito em uma gravação de uma entrevista dada por Armínio. Nela, enquanto uma foto de Armínio ocupa a tela, ouve-se ao fundo sua voz falando na entrevista: “O Brasil três bancos públicos gigantes aí em atuação que são o BNDES, o Banco do Brasil e a Caixa Econômica. Eu penso que os bancos públicos precisam ser administrados com padrões muito mais rígidos, provavelmente vai chegar um ponto em que vai ficar claro até, talvez, que eles não tenham assim tantas funções. Não sei muito bem o que vai sobrar no final da linha, talvez não muito”.

A próxima cena repete a imagem e o áudio da entrevista de Armínio, provavelmente com o intuito de que o eleitor tenha uma segunda chance de ouvir de novo e ficar sob controle de trechos da fala.

Assim como nos programas anteriores a nova cena tem Dilma como falante (a primeira vez, neste tipo de cena, vestida de vermelho) e, embasada pelo teor objetivo das cenas anteriores, ela reafirma as diferenças ideológicas principalmente quanto à preocupação com os trabalhadores

e com a população de baixa renda. Descreve vários dos programas sociais e medidas econômicas realizados nos governos do PT voltados para essa população. E declara: “O Brasil não pode voltar àquele passado que era governado por uma elite e para uma elite. Pois é contra esse retrocesso que vou lutar com todas as minhas forças”.

Esta fala tem o estabelecimento de duas relações de significado muito importantes na campanha do PT: a noção de que votar no PSDB não é mudança e sim retrocesso, pois a mudança já começou com os governos do PT, e o resgate da relação que a disputa entre PT e PSDB seria uma disputa de classes econômicas diferentes e com interesses diferentes. Relacionando o PSDB com as elites e o PT com os interesses dos trabalhadores e mais pobres.

Seguindo novamente a forma de distribuição dos falantes e das cenas para construir uma narrativa que comprove o que vai sendo dito e fortaleça a confiabilidade de Dilma como falante, as próximas cenas serão formadas pelo narrador em *off* e imagens que mostrem as realizações do PT voltadas para a população de baixa renda e para o Nordeste e por cenas de depoimentos de eleitores, relatando o impacto positivo destas medidas em suas vidas.

As cenas destacam o programa “Minha Casa Minha Vida” como, além de dar uma vida mais digna para a população, produtor de milhares de empregos na construção civil (todas as oito cenas que participaram deste contexto foram positivas objetivas). Este programa tem grande importância na campanha de Dilma como um marco e fortalecimento de sua relação de continuidade governamental junto às proposições dos governos de Lula. Neste dia Lula aparece pela primeira vez como falante no horário eleitoral e passa a ser participante ativo na campanha, participação que pode ter sido um dos apresentadores decisivos na vitória de Dilma. A fala de Lula revela seu apoio e esta relação de continuidade: “O meu segundo mandato foi melhor que primeiro. Eu tive mais segurança, mais experiência e mais apoio para acelerar projetos que estavam em andamento e para lançar muita coisa nova. Com Dilma tenho certeza que vai ser assim também. A Dilma tá com muito gás, muita energia e muita ideia de futuro para tocar o Brasil pra frente” (esta cena, quanto ao estabelecimento da relação entre Dilma e Lula, foi valorada como positiva objetiva, mas a fala de Lula, como positiva genérica).

As próximas duas cenas são propositivas e repetem as cenas de novas propostas para Segurança e Educação: “Centros de Comando e Controle” e “Tempo Integral. Mudança de currículo dos professores e novos incentivos” (propositivas objetivas).

As duas próximas cenas são claramente voltadas para o eleitorado feminino, com informações faladas pelo apresentador com informações e imagens que confirmam o que é dito. A primeira cena se concentra em afirmar o que já foi realizado: Lula sancionou a Lei Maria da Penha; no governo Dilma, a maioria nas matrículas nas universidades e no Pronatec; e a aprovação da PEC do trabalho doméstico. Depois de elencar os benefícios conquistados pelas mulheres nos governos petistas com dados e com valoração positiva objetiva, a cena introduz a que virá e apresentará propostas voltadas para melhorar ainda mais a vida do eleitorado feminino.

Esta costura das cenas na narrativa é comum nos programas do PT, em que uma cena que apresenta realizações comprovadas podem aumentar a chance de que a cena seguinte contendo propostas sejam vistas como mais confiáveis. Tal fato pode produzir no eleitor a confiança de que um governo que realizou tantas coisas seria um governo que cumpre o que promete.

A nova cena apresenta uma proposta objetiva, em defesa da mulher que sofre violência doméstica: “A Casa da Mulher Brasileira”. A cena dá detalhes de como funcionaria a proposta e a sua abrangência pretendida (propositiva objetiva).

Nas próximas cenas, tendo Dilma como falante da primeira e eleitores falantes das sete últimas, estes reafirmam as diferenças entre os governos do PT e do PSDB para a vida das pessoas de classe econômica com menor renda e de como o governo do PT foi superior neste sentido.

O programa manteve seu fio condutor narrativo que aumenta a credibilidade das informações apresentadas. Teve como destaque a entrada de Lula, presencialmente no programa eleitoral, reafirmando o vínculo ideológico e administrativo com Dilma.

Descrição do Programa do PSDB em 13/10/2015

A temática principal do quinto programa de Aécio continuou sendo “Fortalecer e formar sua imagem para o eleitorado”. Neste dia isto foi realizado salientando os seguintes pontos: apoio da família de Eduardo Campos (relação entre Aécio e Eduardo com foco nos eleitores de Pernambuco); apoio formal de Marina Silva e a apresentação do candidato enfatizando suas preocupações com as questões do Nordeste.

As quatro primeiras cenas que ocuparam mais da metade do programa foram voltadas em estabelecer uma relação entre a figura de Aécio e de Eduardo Campos. As duas cenas principais foram as em que João (filho mais velho de Eduardo Campos) lê uma carta de sua mãe de apoio a Aécio e a outra do discurso de Aécio agradecendo o apoio. Estas cenas continham imagens de forte apelo emocional (Aécio abraçado à família de Eduardo, João emocionado lendo a carta e sendo ovacionado, Aécio em discurso emocionado agradecendo o apoio e declarando a relação de intimidade que tinha com Eduardo e a honra em levar o legado de Eduardo para o Brasil. Estas cenas tinham o claro objetivo de transferir a simpatia por Eduardo e seus familiares, gerada em grande parte pela tragédia que abateu a família, para a figura de Aécio. Tentando sensibilizar o eleitor pernambucano que votou em Marina, motivados pela tragédia com Eduardo, a transferirem seus votos para Aécio.

A quinta e a sexta cena foram dedicadas ao apoio oficial de Marina Silva na campanha presidencial. A principal cena tem Marina como falante em entrevista coletiva declarando seu apoio: “Venho aqui manifestar a minha posição. A minha posição como alguém que sabe que tem a responsabilidade de quem teve mais de 20 milhões de votos. A minha posição de alguém que tenha magnitude, a profundidade do momento que o nosso país está vivendo. Não podemos mais

continuar apostando no ódio, na calúnia, na desconstrução de pessoas...O preço a pagar por isso é muito caro. É a estagnação do Brasil com a retirada da ética das relações públicas...Chegou o momento de interromper esse caminho que não é virtuoso e que pode ser suicida. E apostar mais uma vez na alternância de poder sobre a batuta da sociedade, dos interesses do país e do bem comum. É com esse sentimento que, tendo em vista os compromissos assumidos por Aécio Neves, declaro meu voto e meu apoio a sua candidatura”. O discurso de Marina de apoio a Aécio foi muito mais de oposição ao PT do que por similaridades ideológicas e políticas com Aécio. A ausência de conteúdo em sua fala relacionado ao apoio das ideias e propostas políticas do candidato pode ter enfraquecido o valor deste apoio, pois passa a ser um apoio baseado em transferência de simpatia construída através de similaridades na oposição ao governo e não de ideias em comum.

Foi Aécio, na cena seguinte, que trouxe em sua fala a existência de propostas comuns, como o fim da reeleição e escola em tempo integral. Apesar de salientar estas propostas em comum, ele também salienta as diferenças entre os dois: “Onde pessoas com ideias em comum deixam as diferenças de lado e se unem para fazer um Brasil melhor para você”. O que pode ter enfraquecido o peso deste apoio pode ter sido tanto as críticas feitas um contra o outro no primeiro turno quanto a história pessoal e política dos dois. Estas diferenças podem ter pesado mais do que as ideias em comum que, apesar do que foi declarado por Aécio, ficou claro no discurso de Marina. O que parecia existir em comum era a retirada do PT do poder.

Com relação à preocupação com o eleitor do Nordeste, o programa exibiu quatro cenas de propostas de Aécio para a região. Todas tendo o narrador em *off* como falante e imagens que enfatizavam o que ele dizia. As propostas foram: reativar obras paradas; ampliar e melhorar o “Bolsa família” com a implantação do “Programa Família Brasileira”; implantar o “Programa Poupança Jovem”. Nestas cenas, o narrador destaca que Aécio vai dar prioridade aos estados do Nordeste na implantação de escolas de tempo integral (como o narrador, além de dar nome às propostas, as descreve em termos gerais, as cenas foram propositivas objetivas).

O quinto programa de Aécio foi nitidamente voltado para o eleitorado do Nordeste e de Marina Silva. Já o programa de Dilma novamente foi mais objetivo nas suas cenas, tanto nas propositivas quanto nas positivas; no programa de Aécio a maioria dos positivos objetivos foi relativa ao estabelecimento de relações com outras figuras públicas e só apresentou quatro cenas, entre elas, as do final, aquelas voltadas para o Nordeste, com valoração propositiva objetiva. No geral suas propostas foram generalistas e envolviam mudança a partir do conceito de se opor à corrupção e ao tempo que o PT se mantém no poder.

Descrição do Programa do PT em 14/10/2015

No sexto programa de Dilma as temáticas principais foram: Foco no eleitorado do Nordeste, destacando obras e benefícios na região, e o Fortalecimento da relação de continuidade de seu governo e o de Lula.

A primeira cena destaca a relação de continuidade entre os governos de Lula e Dilma, falando sobre mais empregos e desenvolvimento, mais jovens na Universidade e salientando estes resultados como sendo os frutos da continuidade dos mandatos de Lula e do dela. A cena com narrador em *off* mostra imagens de obras no Rio de Janeiro e em São Paulo, de crianças na escola e jovens na universidade. Cena semelhante a de telejornais e documentários. Mas ao final da cena destaca que, apesar do investimento em obras e crescimento em todo o país, houve grande investimento no Nordeste “até então, a região mais pobre e esquecida do país”.

A partir daí até o final do programa, as cenas falam sobre obras e crescimento no Nordeste e de como este foi um processo iniciado por Lula e continuado por Dilma. Em um primeiro momento tem uma sequência de cenas intercalando informações positivas objetivas por um narrador em *off* e, em seguida, confirmadas pelo testemunho do eleitor. O primeiro tema selecionado foi o crescimento econômico (hoje 42% da população do Nordeste é classe média); seguido por melhora na infraestrutura, dando destaque para a infraestrutura turística; investimento na agricultura, aumentando sua produtividade; grandes investimentos que ampliaram e diversificaram sua matriz industrial, por exemplo: indústria naval em Pernambuco e na Bahia.

Após estas cenas com informações e dados sobre o crescimento da região Nordeste, e seguindo o padrão de sequência narrativa de seus programas, se inicia uma cena que tem Dilma como falante em que exalta o povo Nordestino e condena o preconceito àquela região. Na fala de Dilma: “Depois do desenvolvimento dos últimos anos, ter preconceito contra o nordeste e contra o povo nordestino é coisa de quem não conhece o Brasil real de quem não tem, nem nunca teve, um compromisso com o Brasil profundo. O nordeste de hoje é o avanço. O nordeste de hoje é a semente do futuro. Atraso é não reconhecer isso. Alguém que ainda cultiva esse tipo de pensamento merece de todos e de cada um dos brasileiros o mais forte repúdio. Vamos aprofundar as mudanças, esse é meu compromisso. Assim o nordeste dos grotões e dos coronéis só vai existir nos livros de literatura e no preconceito de certas pessoas que escondem as alianças que sempre fizeram”.

Esta fala de Dilma pode ter tido o efeito de fomentar a rivalidade entre as regiões do Norte e Nordeste contra as regiões Sul e Sudeste. Divisão esta que nas outras eleições favoreceu o PT e que, no contexto de retomar votos no Nordeste recebidos por Marina, poderia ser favorável à sua candidatura.

Novamente é apresentada uma cena com o narrador em *off* destacando que o crescimento e melhora de vida do povo nordestino foi iniciado por Lula e ampliado por Dilma. Esta cena é composta por imagens que vão dando ênfase ao que vai sendo dito e pode ter um apelo emocional pois, em geral, são de pessoas comendo, bebendo água potável, família ao redor de uma mesa em casa. O discurso que as cenas ilustram foi o destaque para os programas sociais desenvolvidos: Bolsa Família, Luz para Todos, Água Para Todos, Programa de Apoio à Agricultura Familiar; “A mudança foi completa”.

As cenas que se seguem são de cinco eleitores relatando a melhora em suas vidas. Exemplificando uma das falas emitidas por um agricultor: “Isso aqui antes não tinha vida, aqui era morto, agora você olha uma terra dessa aqui você vê vida”. Continuando o enfoque no Nordeste, as cenas destacaram as obras hídricas realizadas por Dilma, enfatizando a principal delas, iniciada por Lula e que está sendo continuada por Dilma, a Integração do Rio São Francisco.

Após duas cenas de eleitores, trabalhadores na obra do São Francisco, depondo de forma positiva genérica sobre a construção, emerge pela primeira vez nos programas cenas de diálogos entre Dilma e Lula sobre a Integração do São Francisco. Na primeira cena que marca este encontro o narrador em *off*, com uma imagem de Lula e Dilma de helicóptero vendo a região, destaca que as águas do São Francisco já começaram a percorrer os primeiros canais em direção às primeiras estações de bombeamento. Destaca a emoção de Lula e Dilma vendo o início do funcionamento do projeto.

A partir daí segue o diálogo entre os dois que exaltam que foi uma obra dos dois governos, das dificuldades para chegar até aquele momento e da sensação de um sonho realizado (cenas positivas objetivas, tanto na relação entre Lula e Dilma quanto ao conjunto de imagens e falas sobre o início do funcionamento da Integração do São Francisco). Aqui se destaca a importância do estabelecimento de continuidade dos governos de Lula e Dilma e o apelo e força de Lula na região para a angariação de votos. Novamente o programa foca em cenas que descrevem e destacam o crescimento econômico da região, o aumento de empregos, aumento da renda dinamizando a economia nos setores comerciais e de serviços. Falas de eleitores da região confirmam o que é dito: “Rapaz foi um verdadeiro pulo, a gente nem esperava que poderia crescer tanto assim, dessa forma: pessoal vindo do sul, ao invés do nordeste ir pra lá, eles vindo pra cá.” Todas as cenas foram valoradas como positivas objetivas.

Após estas cenas Dilma faz um discurso em que destaca que as mudanças foram realizadas em todos os lugares, mas que, no Nordeste, a mudança fica mais aparente pois era uma região historicamente prejudicada (positiva genérica).

A última cena é composta por uma música que reforça o conceito de que o PT é a mudança que já começou; a relação de continuidade entre os governos de Lula e Dilma e os programas sociais. A letra da música se intercala com imagens destacadas em parênteses: “(uma chave abra uma porta com cadeado) Houve tempo em que o povo não tinha vez. Mas isso acabou quando Lula chegou lá (Dilma acenando para multidão no dia da posse). Dilma veio depois e por sua vez também fez a nossa vida melhorar. (Prato de comida) Lula reduziu a fome, Dilma, a miséria. (prato de comida vira um sol) E tudo começou a clarear. (pai mãe e filho caminham com vestes rurais que se transformam em roupas modernas) O bolsa família chegou e Dilma ampliou e a gente saiu do lugar. (Varias ilustrações como a bandeira do Brasil, fogos, um trabalhador com enxada no ombro sorridente etc.) Não deixe a mudança parar não deixe parar de mudar. Não a deixa mudança parar, não deixe parar de mudar. Minha Casa Minha Vida é Brasil sorridente. Um

Belo Monte de energia vai chegar, (desenhos de hospitais e médicos) UPA é bom, mas médico é pra já! Samu pra saúde melhorar. (Imagens de chapéus de formatura e de computador entre outros) Lula fez o Prouni a Dilma o Pronatec, o Lula trouxe à luz, a Dilma à internet! Mais mudança mais futuro é o que a gente quer. Eu vou em frente é com essa mulher! Não deixe a mudança parar não deixe parar de mudar, não deixe a mudança parar não deixe parar de mudar!”

O programa de Dilma se destacou novamente por sempre ter o cuidado de trazer o eleitor como fonte de confirmação do que é dito pelo narrador e pela candidata e por trazer falas, em sua maioria, com caráter objetivo.

Descrição do Programa do PSDB em 14/10/2015

O sexto programa de Aécio tem como temáticas principais: “Fortalecimento e formação da imagem do candidato” e “Ataque à campanha de Dilma”, tentando diminuir a credibilidade das informações que o programa da adversária apresenta. Logo na primeira cena, tendo como falante o apresentador com imagens de ênfase com as frases e os dados apresentados se repetindo na tela, a cena tenta sugerir que o PT usa de mentiras em sua campanha. Nesta cena o falante mostra vários dados e elogios sobre a educação da época que Aécio era governador de Minas que, em tese, desmentiriam informações dadas pela campanha de Dilma. Esta cena teve valoração de positiva objetiva para os trechos que mostram dados e elogios à educação em MG, mas teve valoração negativa genérica quanto a acusação de mentira na campanha de Dilma.

Dentro da temática de formação da imagem do candidato se repete o conjunto de cenas que o mostraram em reunião com líderes sindicais. Contudo, desta vez só deixaram os diálogos quando, na pergunta do representante da classe trabalhadora, continha críticas ao governo. A cena se reduziu a quatro trocas de diálogos entre Aécio e os líderes sindicais. Os trechos das falas dos líderes sindicais que continham críticas foram classificadas como negativas genéricas, as respostas de Aécio se dividiram em duas positivas genéricas e duas negativas genéricas, mas quanto ao estabelecimento de relação da imagem do candidato com outra figura pública todas as quatro cenas foram positivas objetivas.

Pela quinta vez se repete a cena que resume um currículo da vida pessoal de Aécio, sua relação com Tancredo, seu histórico político como deputado e governador de MG e suas relações com figuras internacionais. A cena é repetida de maneira idêntica às de programas anteriores, com as mesmas imagens e a mesma fala.

Ainda sobre a temática de fortalecimento da imagem do candidato, outro conjunto de cenas se repete relativo ao apoio de artistas cantando e depondo a favor de sua candidatura. Na avaliação do estabelecimento de relação do candidato com outra figura pública todos foram valorados como positivas objetivas, mas suas falas, todas como positivas genéricas. Estas cenas que se repetem em vários programas do candidato, com o objetivo de estabelecer relação entre ele e outras figuras públicas, trazem um viés na análise da valoração positiva objetiva, pois, apesar de seus programas terem altos índices de cenas valoradas como positivas objetivas, os discursos

e as falas em geral têm valência genérica. Das vinte e seis cenas valoradas como positivas objetivas apenas cinco eram referentes ao conteúdo do que era falado.

A última cena do programa é uma dramatização tentando mostrar a “campanha de medo” da candidata Dilma. Na cena:

“Atriz com caracterização de pessoa pobre fica no meio enquanto pessoas vêm falar no ouvido dela.

Homem (1): Ele só pensa nos ricos.

Mulher (1): Eles vão acabar com os programas sociais.

Mulher (2): Eles são o passado.

Homem (2): Não vote no Aécio! Não vote no Aécio!

Atriz: É assim que o PT quer amedrontar você com fofocas e boatos. Mentiras. Mas na verdade quem tem medo são eles. Medo de perder a eleição, o poder, os privilégios. Medo que se investigue a corrupção na Petrobrás ou as obras superfaturadas. Eles é que estão com medo porque sabe que a mudança já começou. A mudança é Aécio.”

Esta cena, apesar do apelo emocional, foi valorada como negativa genérica. Novamente, o programa de Aécio é marcado pela repetição de cenas e pelo pouco número de falas negativas, positivas ou propositivas objetivas.

Esta questão da valoração pode ser apontada como uma das maiores diferenças entre os dois programas. O de Dilma se preocupa em trazer dados, explicar e tornar suas cenas objetivas, ou seja, mais próximas do que se chama de tato. A campanha de Aécio parece ter pouca preocupação com isto, utilizando muito do recurso do apoio de figuras públicas e da noção mais divulgada pela mídia do desejo de mudança. Talvez o candidato não se sinta obrigado a demonstrar e embasar suas críticas, já que este papel estava sendo reiteradamente realizado pela mídia, como pode-se observar nas manchetes de jornais e nas capas da revista VEJA.

Descrição do Programa do PT em 15/10/2015

A descrição dos programas de hoje será mais detalhada pois os dois candidatos fizeram do debate da Band a base para as cenas de seus programas. Como os debates têm grande impacto na campanha eleitoral, as falas apresentadas nos debates serão transcritas.

No sétimo dia do programa de Dilma parece que a temática principal é atingir a imagem e credibilidade de Aécio, expondo sua derrota em Minas; denúncias de corrupção, nepotismo, má gestão das políticas sociais em Minas. A maioria das cenas foram retiradas do debate entre os candidatos, veiculado pela TV Bandeirantes, realizado no dia 14 de outubro de 2014.

Visto que dia 15 de outubro é o Dia dos Professores, o programa começa com uma fala de Dilma em homenagem à classe. Ela descreve todos os avanços conquistados com seus programas voltados para a educação e atribui parte deste sucesso aos professores: “Nosso compromisso é trabalhar cada vez mais pela valorização deste parceiro do conhecimento e construtor do futuro: o

professor. Feliz dia do professor e muito obrigada por tudo!”. A primeira parte da fala em que descreve seus programas educacionais foram valoradas como positivas objetivas e a de homenagem aos professores positiva genérica.

A partir desta introdução o programa mostra diversas cenas com temas diferentes em que Dilma questiona Aécio, cenas do debate da Bandeirantes. Cena do debate com frase em destaque “Combate à Corrupção”: Dilma “– Candidato, a minha indignação em relação a tudo o que acontece inclusive no caso da Petrobrás é a mesma de todos os brasileiros...Quero lembrar que duas leis aprovadas no meu governo ano passado dão base para esse processo de investigação da Petrobrás. A primeira, a lei 12.830 que garante a independência do delegado. Porque? Antes, no passado por exemplo na pasta rosa, o delegado começava a investigar, mandavam ele pro exílio dourado. A outra, que regulamentou justamente a delação premiada, a 12.850. Além disso, candidato, eu me pergunto: aonde estão todos os envolvidos com o caso SIVAN, todos soltos. Aonde estão todos os envolvidos na compra de votos durante a reeleição? Todos soltos. Onde estão os envolvidos na pasta rosa? Todos soltos. Aonde estão aqueles envolvidos no mensalão tucano mineiro? Todos soltos. Aonde estão os envolvidos nos metrô e na compra de trens em São Paulo? Todos soltos. O que eu não quero é isso, candidato. Eu quero todos aqueles culpados presos, candidato, é essa a minha indignação que o senhor não enxerga”.

Esta cena é importante na construção de Dilma como combatente da corrupção, e não conivente, e na denúncia de que suspeitas de casos de corrupção nos governos “tucanos” não eram investigadas. Cena positiva objetiva e negativa objetiva.

Segunda cena do debate, com frase de destaque “Transparência”: Dilma “ – Eu gostaria de saber, candidato, como é que o senhor explica ter construído um aeroporto que na época custava 13,9 milhões e que agora custa 18 milhões a preços de hoje e que esse aeroporto foi construído em um terreno de sua família, no terreno do seu tio, e a chave fica em poder dele. Isso não foi denunciado por mim foi denunciado pela Folha de São Paulo. Também gostaria de saber sobre a pavimentação e à sinalização feita no aeroporto de Montezuma em que também, coincidentemente, é uma obra do governo do Estado de Minas e, surpreendentemente, quem tem uma agropecuária lá é o senhor e suas irmãs. Eu não acho, candidato, isso nada moral nem ético.” Dilma fazendo as acusações que em geral foram e continuaram sendo abafadas ou atenuadas na imprensa. Cena forte, questionando a tão anunciada idoneidade de Aécio e de caráter negativo objetivo.

Terceira Cena do debate com frase de destaque “Nepotismo”: Dilma “– Hoje no Brasil é proibido o Nepotismo. Nepotismo se caracteriza pelo emprego de familiares no governo e o senhor tem uma irmã, um tio, três primos e três primas no governo. O senhor pode olhar o governo federal e o senhor não vai achar um parente meu”. Novamente Dilma questiona a moralidade e idoneidade do candidato, que vinha sendo um dos principais motes de sua campanha em favor da Mudança,

pois este conceito era trabalhado por ele muito baseado em retirar do poder um partido corrupto e como idôneo para este feito. Novamente cena negativa objetiva.

Quarta cena do debate com frase de destaque “Compromisso Social”: Dilma “– Como é que o senhor quer que eu acredite que com a mesma receita, o mesmo cozinheiro, vocês vão entregar um prato diferente do que já entregaram pro Brasil? Vocês, candidato, gostam de cortar. Gostam de cortar e sempre cortam. Cortam emprego, cortam os salários. Nós investimos profundamente na criação de empregos, na valorização dos salários na estabilidade macroeconômica do país diminuindo dívida, garantindo que o povo brasileiro tivesse novas oportunidades”.

As próximas cenas vêm para realçar as críticas ao governo de Aécio em MG e salientar para o eleitor que a medida real de confiabilidade de Aécio quanto a sua competência e a capacidade de fazer o que promete foram estremecidas por sua derrota em Minas.

Na oitava cena do programa, os apresentadores afirmam: “No final do debate, Dilma mostrou ao Brasil que há uma grande diferença entre o que o Aécio fala e o que ele faz” e “Isso explica porque Aécio sofreu uma dupla derrota em Minas no primeiro turno. Os 12 anos de seu governo e de seu grupo foram marcados por vários retrocessos acompanhe.” Na cena seguinte, com narrador em *off*, são feitas críticas com manchetes de jornais apresentando dados sobre a situação da saúde em MG e de promessas não cumpridas.

Seguindo a lógica de narrativa do programa, uma cena com os garotos propagandas fazendo uma afirmação e uma sequência de cenas de eleitores em que, através de depoimentos de valoração objetiva, confirmam o que é falado. As duas próximas cenas têm este formato. Eleitores confirmando o que foi dito (negativo objetivo).

Nova cena com narrador em *off* fazendo críticas a educação em MG: “A situação na educação... também é grave. Obras paradas e professores desvalorizados que sofrem com os baixos salários”. Seguem-se seis cenas de eleitores depondo e confirmando o que o narrador disse (negativo objetivo).

Próxima cena com narrador em *off* acusando Aécio de censurar a imprensa mineira, mostrando vídeo e manchete de jornal (negativa objetiva). Novamente, cinco eleitores (jornalistas mineiros) dão seus depoimentos com valoração negativa objetiva, confirmando a fala do narrador. Todas estas cenas podem ter abalado a confiabilidade, ao menos de parte do eleitorado, na imagem de Aécio; tanto como capaz de combater a corrupção como o de cumprir suas promessas.

Na próxima cena Dilma ressalta as prioridades que marcam a ideologia do PT e declara que a disputa é entre duas visões e projetos de país diferentes. Como ela descreveu melhorias e avanços de sua gestão, esta cena foi valorada tanto como positiva genérica e como objetiva.

A última cena repete a música do programa passado, contendo imagens e a letra da música. Da mesma forma, a maioria dos trechos da música foi valorada como positiva objetiva e, ao final, as últimas duas frases, como propositivas genéricas.

O sétimo programa de Dilma foi o primeiro a, claramente, ter o objetivo de ir contra o adversário, tendo vinte e quatro cenas com valoração negativa, sendo a maioria objetiva. A suposição é de que o que motivou este programa foi a participação de Aécio no debate. Neste ele fez fortes declarações contra Dilma, principalmente, referentes a corrupção e apresentou algumas propostas com caráter objetivo. Como Aécio parecia estar “blindado” pela imprensa, restou ao programa de Dilma se ocupar em apontar as incoerências e temas negativos ligados a Aécio e enfraquecê-lo como falante, ressaltando suas incoerências.

Descrição do Programa do PSDB em 15/10/2015

No programa de Aécio também foi apresentado, como base principal, trechos do debate da TV Bandeirantes. As temáticas principais foram: ataque à campanha da Dilma (questionando a confiabilidade das informações passadas); defesa de seu governo em Minas Gerais; combate a ideia de polarização do eleitorado entre classes sociais e regiões (Integração Nacional).

A primeira cena já dedicada a embasar a temática de questionar a confiabilidade da campanha de Dilma, repete a última cena do programa anterior, em que se dramatiza uma cena em que apresentadores sussurram no ouvido de uma atriz caracterizada de maneira mais humilde, ameaças de perdas se Aécio ganhar e afirmações sobre ele que o programa sugere serem mentirosas. Atriz: “É assim que o PT quer amedrontar você com fofocas e boatos. Mentiras. Mas na verdade quem tem medo são eles. Medo de perder a eleição, o poder, os privilégios. Medo que se investigue a corrupção na Petrobras ou as obras superfaturadas. Eles é que estão com medo porque sabe que a mudança já começou.” (Positivo genérico e negativo genérico)

Assim como realizado no programa de Dilma, a terceira cena se dedicou a homenagear o professor e, nesta homenagem, os citam como participantes da construção da noção do indivíduo do que é certo e errado e de honestidade. O programa usa da fala em homenagem aos professores para novamente questionar a confiabilidade da campanha de Dilma. O trecho a seguir exemplifica esta relação: Apresentadora “...a gente também aprende desde cedo que é errado mentir, iludir e confundir para tirar proveito não é honesto. Nesta eleição, o PT, mais uma vez, como sempre vai para cima de seus adversários desrespeitando e iludindo. Inventando fatos para tentar ter o seu voto e permanecer no poder” (negativo genérico).

As próximas cenas foram tiradas do debate da TV Bandeirantes e serão transcritas na íntegra ou destacados os principais trechos. As temáticas principais foram: destacar problemas no governo Dilma e, a partir destes, apresentar propostas de Mudança; e se defender dos ataques sofridos em sua administração em MG.

Primeira cena do debate com Aécio apontando “falhas” administrativas do governo de Dilma, ironizando a campanha da candidata e utilizando o mote da mudança. Aécio: “– A impressão que eu tenho é que temos dois candidatos de oposição. Seu partido governou 12 anos o Brasil, candidata. A senhora está há 4 anos no governo. Por que não fez isso? Por que não

assumiu a responsabilidade, por exemplo, de, pelo menos, executar o orçamento da área de segurança pública? O Fundo Nacional de Segurança foi executado em menos de 40%. O Fundo Penitenciário muito menos do que isso...No meu governo eu vou assumir o comando de uma política nacional de segurança pública. Controlando as nossas fronteiras, fortalecendo as nossas Forças Armadas, também abandonadas no seu governo. Dando também a Polícia Federal a estrutura que ela deixou de ter. Ela tem o pior orçamento de investimento dos últimos 5 anos” (negativa objetiva).

Segunda cena do debate com frase na tela “Pulso firme e transparência para o Brasil voltar a crescer”: Aécio “– Candidata, tire os olhos do retrovisor. Vamos falar para o futuro, vamos falar pra quem está em casa até essa hora nos ouvindo. Vamos falar de um Brasil que pode crescer muito mais do que está crescendo. Não é razoável, não é adequado que nós sejamos o lanterna do crescimento ao lado da Venezuela, esse ano, na nossa região. Nós vamos crescer nada esse ano. O reajuste real do salário mínimo em 2016, por exemplo, já foi estabelecido. O que é o crescimento do PIB esse ano: é nada. O seu governo chega ao final de forma melancólica” (negativo objetivo).

Na terceira cena do debate, Aécio volta a atacar a campanha de Dilma. Frase na tela: O Candidato da Libertação. Aécio “– Não pode ser esse vale tudo em que a senhora transformou a campanha eleitoral, como a senhora dizia, em uma campanha faz-se o diabo. Não é verdade candidata. Eleve o nível deste debate. Os brasileiros estão aqui para saber o que nós vamos fazer para o nosso futuro...” (negativo genérico). Aécio continua afirmando sua honestidade, que nunca sofreu denúncias e de que o povo nas ruas pede a libertação do governo do PT (positivo genérico).

A quarta cena do programa parece estar a serviço de se defender dos “supostos boatos” de que terminaria com os programas sociais e o de questionar a “paternidade dos programas sociais”. Frase na tela: Continuar e melhorar os programas sociais. Aécio “– Vamos fazer crescimento garantindo sim o avanço das políticas sociais. Eu não sei porque lhe incomoda tanto eu dizer aqui que no DNA do Bolsa Família está sim o PSDB. A história não se muda candidata. Está aqui: a lei que criou o Bolsa Família, a lei número 10.836 diz simplesmente o seguinte: o Bolsa Família será criado a partir da unificação do Bolsa Escola, do Vale Gás, do Bolsa Alimentação e do Cadastro Único” (negativo objetivo e positivo objetivo).

A quinta cena objetiva reafirmar seu bom governo em MG e afastar um dos “calcanhares de Aquiles” de sua campanha: sua derrota em MG no primeiro turno. Frase na Tela: Quem conhece Aécio muda com Aécio. Aécio “– Fui governador de Minas com enorme orgulho... Saí de Minas, candidata, com 92% de aprovação...eu vejo essa sua campanha eleitoral que quem conhece Aécio não vota em Aécio. Anuncio à senhora que, inclusive hoje, a senhora não tem conhecimento muito das coisas de Minas. Duas pesquisas divulgadas já mostraram que estou mais de 10 pontos na sua frente...” (negativo genérico e positivo objetivo).

Outra cena a ser destacada é a sétima cena do debate, questionando a polarização do eleitor brasileiro e a divisão do país. Frase na tela: O governo da generosidade e da decência. Aécio “– Eu não permitirei que esse país seja dividido entre nós e eles. Eu quero fazer o governo da convergência o governo da solidariedade, da generosidade. É possível, sim, nós termos um governo que permita que você viva melhor, que dê novas oportunidades para seus filhos, que respeite a obra de outros governos” (negativo genérico e propositivo genérico).

Ainda sob controle da temática em reafirmar seu bom governo em MG, na próxima cena, tendo o apresentador como falante, são feitas afirmações positivas genéricas sobre a administração de Aécio: “...pegou um estado quebrado que voltou a crescer em apenas dois anos. Por que transformou a educação fundamental de Minas na melhor do Brasil...Quem conhece Aécio vota no Aécio”.

A próxima cena do programa busca combater a “divisão do Brasil” e salienta a noção de um país sem divisões, em prol da mudança. A cena apresenta diversas imagens de pessoas e lugares de todas as partes do Brasil e ao fundo toca a música, paródia de “Festa no Gueto” de Ivete Sangalo (cantora do Nordeste). A letra da música: “Brasil chamando pode vir pode chegar/ Por esse Brasil inteiro a mudança está no ar!/ Olha o Brasil chamando pode vir pode chegar/ Juntando o Brasil inteiro, ninguém vai nos segurar! Quem está querendo crescer, quem está querendo mudar/ Quem quer um país melhor funcionando vem também vem cá! Fazer o gigante levantar que a mudança começou e o futuro já mandou chamar. Avisou, avisou, avisou, avisou! Agora é Aécio. Vamos lá. É o Brasil inteiro querendo mudar!/ Agora é Aécio. Vamos lá. É o Brasil inteiro querendo mudar! Agora é Aécio!” (positivo genérico).

A última cena repete uma cena do quinto programa com Aécio como falante, destacando e agradecendo o apoio de Marina Silva. Cena que foi valorada como positiva genérica.

Novamente pode-se salientar o caráter menos objetivo dos conteúdos das cenas do programa de Aécio, sendo que desta vez, seu programa foi mais positivo e propositivo do que o da adversária. Provavelmente esta característica tenha vindo principalmente de algumas temáticas que guiaram esse programa: integração nacional e defesa de seu governo em MG.

Descrição do Programa do PT em 16/10/2015

A temática principal do oitavo programa de Dilma foi de realçar as realizações que os governos do PT fizeram e pretendem fazer, principalmente, em relação à classe operária e para a população baixa renda. Salientando nesta exposição, suas diferenças ideológicas com o PSDB.

Respeitando que dia 16 de Outubro é dia do médico, o programa é iniciado com uma cena com o narrador em *off* como falante e imagens de médicos trabalhando, ressaltando a importância da profissão para a sociedade. Na mesma fala, apresenta atos do governo de Dilma em prol da profissão: ampliando os cursos de medicina e as vagas de residência médica e criando diversos incentivos para que um número maior de médicos faça sua especialização (positivo objetivo).

A partir da próxima cena o programa passa a apresentar, com diversos falantes, imagens e temas com o intuito de apresentar sua temática: mostrar as ações e propostas do PT principalmente em relação à classe operária e à população de baixa renda e o surgimento da nova classe média, destacando suas diferenças ideológicas com o PSDB.

A primeira cena tem Dilma como falante discursando sobre a melhora de vida da classe de baixa renda, a retirada de brasileiros da miséria e o surgimento da nova classe média. Dilma: “Nos últimos 12 anos o povo brasileiro melhorou de vida com uma velocidade jamais vista ... Hoje, 59% da população está na classe média e a pobreza caiu pela metade, de 53% para 26%... Alguns programas do meu governo vêm dando prioridade a essas pessoas, como Pronatec... o Crédito mais fácil... é para essa nova classe média que está dirigida grande parte das vagas do Prouni... Uma boa fatia do crédito agrícola e faixas do financiamento do Minha Casa Minha Vida. Em um segundo governo, eu quero apoiar ainda mais fortemente a nova classe média...” (positivo objetivo e propositivo genérico).

A próxima cena é a primeira cena de apoio que Dilma recebe de uma figura pública da classe artística: Chico Buarque de Holanda. Chico: “... confio sobretudo na sua sensibilidade, no seu compromisso com os mais pobres...com ela eu tenho a certeza de que os programas de inclusão social serão mantidos, aprimorados, aprofundados...”. Em relação ao estabelecimento de relação com outra figura pública a valoração é positiva objetiva e o discurso positivo genérico.

Na próxima cena, o garoto e a garota propaganda, com imagens que enfatizam o que vão falando, apresentam e descrevem propostas objetivas de Dilma para o novo governo: criar o programa de segurança integrada; construir ou ampliar nove metrô, 14 VLTs e 180 BRTs e corredores de ônibus; ampliar programas como Pronatec; criar o Pronatec Jovem Aprendiz; bancar todas as despesas com a qualificação de jovens que forem contratados por micro e pequenas empresas; ampliar os programas de crédito e de apoio aos pequenos e médios empreendedores do campo e da cidade e implantar o programa Mais Especialidades (positiva objetiva).

Ao final da cena, a atriz reforça a relação de continuidade dos governos Dilma e Lula, dizendo: “Tudo isso só Dilma garante porque para ela, assim como para Lula, o Brasil só cresce quando toda a sua população cresce junto” (positivo genérico).

Após o estabelecimento da relação Dilma e Lula na cena anterior, segue-se uma cena de Lula como falante em que destaca as diferenças ideológicas entre PT e PSDB e o “fracasso” do governo FHC quanto às questões relativas ao desemprego, baixos salários, falta de oportunidade para os jovens de baixa renda, moradia, e o quanto tudo isto mudou a partir de seu governo e de Dilma. E, em forma de alerta, aconselha a população a refletir sobre as melhoras que tiveram em suas vidas: casa própria, acesso a estudo superior, melhora na renda, andar de avião, acesso a alimentação básica, crédito para pequenos empreendedores (negativo genérico e positivo objetivo).

Cena com narrador em *off* e imagens de Dilma recebendo representantes de movimentos populares, recebendo um abaixo assinado que defende a reforma política. Esta cena estabelece Dilma como aberta ao diálogo com a população (positivo objetivo).

Na próxima cena, Dilma fala para multidão em campanha sobre suas ideias para a reforma política: “realização de um plebiscito”; “fim do financiamento empresarial de campanha...Não é possível um combate efetivo corrupção sem reforma política” (propositivo objetivo).

Cena com narrador em *off* e com imagens de fotos de Dilma. Nesta cena o narrador exalta qualidades de Dilma como pessoa e figura política: “...sua seriedade, da sua firmeza, da sua honestidade. O Brasil sabe da competência com que ela atravessou a maior crise da economia internacional e impediu que esta crise afetasse gravemente o nosso país” (positivo genérico).

A última cena do programa apresenta Dilma em sua sala, discursando para a câmera. Dilma: “Uma coisa bonita é a gente querer sempre mais. Eu sinto isso de forma muito positiva quando converso com as pessoas. Entendo até quando algumas não percebem com toda clareza tudo que mudou e está mudando para melhor nas suas vidas. A poucos dias, por exemplo, eu ouvi de uma mãe de família: Dilma eu gosto muito de você, mas acho que seu governo fez muito mais pelos pobres do que por nós, da classe média. Aí eu perguntei se ela tinha filhos na faculdade. E ela me disse que sim. Que tinha dois que estudavam pelo Proni. Perguntei se ela e o marido estavam empregados. Ela me disse que estavam. Se tinham conseguido nos últimos anos reformar a casinha, comprar eletrodomésticos. Ela disse que sim, com dificuldade, mas que sim. Perguntei se tinha carro. E ela me disse que tinha comprado a pouco tempo um carrinho usado e estavam pagando. Perguntei: você não acha que tem participação do meu governo nisso tudo? E continuei: mesmo com toda crise mundial, nosso governo tem garantido o emprego de milhões de famílias como a sua. Tem ampliado o acesso à universidade. E por isso seus filhos estão lá. Tem oferecido milhões de vagas no Pronatec. Melhorou o acesso ao crédito. Ela começou a concordar com parte do que eu dizia. Mas me disse, e eu concordei com ela, que é preciso melhorar ainda mais a saúde e a segurança. E que os brasileiros precisam de empregos de mais qualidade. Eu relato este diálogo para dizer que eu sinto, como todos vocês, que a vida do brasileiro pode e deve melhorar ainda mais. E que a forma melhor de ter esperança é lembrar aonde a gente estava e onde a gente chegou. E onde a gente pode chegar. Mais que nunca é preciso não perder o rumo”. Esta fala tenta demonstrar a relação dos governos do PT com a nova classe média e aumentar sua penetração nela (positivo objetivo e propositivo genérico).

Descrição do Programa do PSDB em 16/10/2015

As principais temáticas do oitavo programa de Aécio são, em sua maioria, as mesmas que do dia anterior: criticar a campanha de Dilma; se defender dos ataques ao seu governo em MG; fortalecer a imagem de político honesto para o combate da corrupção. A nova temática incluída no programa foi o apelo ao eleitor do Nordeste.

A primeira cena apresenta o apresentador em estúdio, salientando os apoios de Renata Campos (viúva de Eduardo Campos) e de seus filhos e também o apoio de Marina Silva (Positiva objetiva).

Na cena seguinte, se repete a cena que mostra Joao Campos lendo um trecho da carta de sua mãe para Aécio, em comício. João: “O Brasil pede mudanças. O governo que já está tornou-se incapaz de realiza-las. Siga em frente Aécio, boa sorte e que Deus nos proteja” (positiva objetiva e negativa genérica).

Ainda no campo do apoio político, voltado para a população, apresentam Marina Silva em entrevista coletiva, declarando seu voto em Aécio (positivo objetivo e positivo genérico).

Quanto à busca por penetração com o eleitor do Nordeste, destaca-se uma cena em que Aécio como falante discursa em reunião em Recife-PE. Seguem trechos do discurso: “Vamos ampliar e aprimorar as políticas existentes, inclusive transformando Bolsa Família em política de estado... Só na união, no consenso, os brasileiros e brasileiras poderão construir aquilo que mais queremos: uma sociedade mais justa e democrática, decente e sustentável. Esse é o meu compromisso” (Propositivo genérico).

Depois desta cena, o oitavo programa repete na íntegra todas as oito cenas do debate da TV Bandeirantes apresentadas no dia anterior. Todas, portanto, com as mesmas valorações e as mesmas mensagens. E as duas próximas cenas, ainda utilizando o recurso da repetição, reapresentam de maneira idêntica as cenas que se seguiram às cenas do debate do programa anterior.

Ainda sob controle da temática em reafirmar seu bom governo em MG, na próxima cena, tendo o apresentador como falante, são feitas afirmações positivas genéricas sobre a administração de Aécio: “...pegou um estado quebrado que voltou a crescer em apenas dois anos. Por que transformou a educação fundamental de Minas na melhor do Brasil....Quem conhece Aécio vota no Aécio”.

Na próxima cena do programa, buscou-se combater a questão da divisão do Brasil e salientou a noção de um país sem divisões em prol da mudança. A cena apresenta diversas imagens de pessoas e lugares de todas as partes do Brasil e ao fundo repete a música, paródia de “Festa no Gueto” de Ivete Sangalo (positiva objetiva).

Última cena, um apresentador negro fala para as câmeras: “...corrupção. Qual é o primeiro partido político que vem a sua cabeça? Inflação voltando. Em que governo você pensa? ... Escândalos, desvio de dinheiro, Brasil parando, obras inacabadas; em qual dos candidatos a presidente você pensa?” (negativo genérico).

O oitavo programa de Aécio, além de ter repetido as principais temáticas, praticamente só usou trechos de cenas já apresentadas e repetiu na íntegra a maioria das cenas, somente a primeira e a última cena foram originais.

Descrição do Programa do PT em 17/10/2015

O nono programa de Dilma teve como principais temáticas salientar as diferenças ideológicas e dos governos do PSDB e do PT, enfraquecer a força do apoio de Marina em Aécio, no segundo turno. Parte do programa se baseou no debate do SBT, ocorrido no dia anterior.

O programa introduz as cenas que mostrará do debate como uma evidência das diferenças entre o modelo de governo que Dilma representa e aquele que Aécio defende.

Primeira cena do debate com frase na tela: Combate a corrupção e a impunidade. Dilma: “O Senhor não pode apontar o dedo só para um partido. Aponte para todos os partidos, candidato...Veja o senhor que é muito fácil o senhor ficar fazendo denúncias. O que é que importa, candidato? Importa investigar, importa saber...a gente tem de investigar do a quem doer. Onde estão os corruptos do metro de São Paulo e dos trens? Todos soltos. Onde estão os corruptos da “privataria Tucana”? Aquela do “limite da irresponsabilidade”? Todos soltos. Então eu quero dizer para o senhor, eu tenho um compromisso diferente. O meu compromisso é investigar e punir.”

Esta fala está de acordo com o processo de narrativa do programa de desvincular a imagem da Dilma como ligada à corrupção para um agente contra a corrupção. (negativo objetivo e positivo genérico).

Segunda cena do debate com palavra na tela: Transparência. Dilma: “Qual foi a quantidade de recursos passados para as três rádios e o jornal mineiro que o senhor detém em Minas Gerais? Não há transparência, não há informação. Essa, candidato, essa é a diferença entre nós. Eu investigo. Vocês nunca deixaram investigar. Minas engavetava, na sua época, todos os processos. Então quero dizer o seguinte, candidato: é errado sim colocar e pegar um aeroporto privado, feito com dinheiro público na fazenda de um tio...”. Reafirmando que a diferença entre os partidos quanto a corrupção não é que em um ocorre e em outro não, mas, que um investiga e o outro esconde (Negativo Objetivo e Positivo genérico).

Terceira cena do debate com frase na tela: “Combate à inflação”. Dilma: “Eu não vou combater a inflação com os métodos do senhor. Que é desempregar, arrochar o salário e não investir...acontecerá se ela for para 3%? Nós vamos ter uma taxa de desemprego de 15%.” Priorizando o trabalhador mais do que a economia. (Negativo genérico e Positivo genérico).

Quarta cena do debate com frase na tela: Um basta a arrogância”. Nesta cena ela crítica Aécio por ter uma postura arrogante, se reafirma como cidadã mineira como ele e que saiu de casa por que foi perseguida pela ditadura. Insinua as origens de elite de Aécio e um passado de *playboy*. Ainda afirma que ele se sente superior e acima da lei (Negativo genérico e positivo genérico).

A próxima cena destacada mostra cenas de embate entre Marina Silva e Aécio, com o intuito de enfraquecer a força do apoio, ao ressaltar as diferenças de ideias entre os dois. Duas falas são mais emblemáticas para mostrar a incoerência ideológica do apoio de Marina.

Aécio: “... Aqui quem muda de posição a todo tempo não sou eu.”

Marina: “A Minas gerais que ele não inclui o Vale do Jequitinhonha, com os professores que reclamam de seus salários, com os alunos que vivem as penúrias de um estado que não valorizou como ele disse a educação.” (Negativo objetivo).

As próximas quatro cenas, as duas primeiras com um narrador em off, a terceira com Dilma como falante e a última novamente com narrador em off ressaltam o compromisso ideológico do PT de priorizar os trabalhadores, a criação de empregos e o ganho do trabalhador e de como esta postura gera o apoio de sindicatos, classe artística e de movimentos sociais.

A primeira cena apresenta dados que confirmam essa ideologia mostrando dados do governo Dilma (Positivo objetivo).

A segunda cena, com o narrador em off, afirma que Dilma recebeu o apoio dos maiores sindicatos do país (Positivo genérico).

A terceira cena, com Dilma como falante, resalta a importância de questões como emprego, salário mínimo, direitos previdenciários e de como estas questões são inegociáveis para ela (Positivo genérico).

A quarta cena com imagens de cunho emocional: Dilma tirando fotos e interagindo com os sindicalistas. Depois imagens dela interagindo em comícios. Tem o narrador em off afirmando que devido a esta postura ideológica do PT, descrita nas cenas anteriores, a campanha tem recebido apoio dos maiores movimentos sociais populares do Brasil, movimentos de artistas, intelectuais e militantes que defendem um Brasil mais inclusivo (Positivo genérico).

De certa maneira fortalecendo a afirmação do apoio de artistas engajados politicamente à Dilma. A próxima cena, repete um trecho da fala de Chico Buarque: “Em 2010, eu votei na Dilma muito por causa do Lula. Esse ano voto na Dilma por causa da Dilma” (Positivo genérico).

As próximas duas cenas parecem ter como objetivo reafirmar o apoio que a juventude e os movimentos juvenis dão à sua candidatura. Uma com o narrador em off como falante e a outra com Dilma, as duas cenas ressaltam este apoio mas de maneira positiva genérica.

A próxima cena tem Lula como falante e que destaca as diferenças ideológicas entre PT e PSDB e destaca o “fracasso” do governo FHC quanto questões relativas ao desemprego, baixos salários, falta de oportunidade para os jovens de baixa renda, moradia e o quanto tudo isto mudou a partir de seu governo e de Dilma. E em forma de alerta aconselha à população a refletir sobre as melhoras que tiveram em suas vidas e a refletirem sobre esta diferença antes de votar (Negativo genérico e positivo objetivo).

A última cena repete a música que estabelece a relação de continuidade entre Lula e Dilma e as conquistas realizadas pelos dois (Positivo objetivo e Propositivo genérico).

Descrição do Programa do PSDB em 17/10/2015

O nono programa de Aécio teve como temáticas principais: Fortalecer sua imagem como a de um administrador público competente, atacar a campanha de Dilma denunciando uma suposta

armação para difamar seu governo de MG, afirmar a necessidade de mudança e da integração nacional, estabelecer relação entre Dilma e o escândalo da Petrobrás e apoio de figuras públicas.

As primeiras oito cenas foram realizadas com o intuito de estabelecer Aécio como um candidato competente para resolver questões do Brasil, principalmente quanto a retomada do crescimento. Com cenas com narrador em off e os garotos propagandas falas com valorização positiva genérica, vão apontando problemas de crescimento e administrativos do governo atual e afirmando que Aécio resolveu os mesmos problemas em Minas. Exemplo de uma cena:

Narrador: “O Brasil precisa voltar a crescer. Aécio sabe como”.

Apresentador: Aécio assumiu o governo de Minas em uma crise econômica séria. Em apenas dois anos, fez Minas voltar a crescer.

O programa apresenta cenas do debate do SBT salientando falas que questionem a credibilidade da campanha de Dilma e da própria Dilma, e se defender de ataques quanto ao seu governo em MG, denúncia de nepotismo feitas no debate da Bandeirantes.

Primeira cena do debate:

Aécio: “...É preciso que haja um limite nas nossas posturas e também na ação daqueles que nos cercam. A senhora mentiu dizendo e postou um vídeo em que eu havia votado contra o salário mínimo de 545 reais. Cortou o vídeo na sequência quando mostrava que nós votamos a favor do salário mínimo de 600 reais, para fraudar uma informação. A senhora chegou ao cúmulo de mandar a sua equipe de filmagem filmar uma escola, a escola Barão de Macaúbas, em Belo Horizonte num domingo. No dia 12 de outubro, quando ninguém estava lá para mostrar que a obra estava parada e que a escola não funcionava...” (Positivo objetivo).

Seguem-se cenas de um eleitor, vigia da escola, confirmando que foi realizado um vídeo no feriado e que a obra funciona de segunda a sexta. (Negativo objetivo)

Segunda cena do debate: Aécio tenta se defender da acusação de nepotismo que favoreceria sua irmã, defendendo como ela é uma funcionária ativa e reconhecida em Minas e acusa Dilma de um “nepotismo indireto” com seu irmão, Igor Rousseff, que teria sido nomeado pelo prefeito Fernando Pimentel, no dia 20 de setembro 2003 e nunca apareceu para trabalhar” (Positivo genérico e Negativo objetivo).

Quarta cena do debate, Aécio fala da proposta da “Nova Escola Brasileira” e critica:” A senhora fala em flexibilizar o currículo do ensino médio. Depois de 12 anos governo? Por que não fez isso antes?”. (Propositivo genérico e negativo genérico)

Na quinta cena do debate Aécio acusa o PT de receber dinheiro desviado da Petrobrás e insinua que Dilma sabia (negativo genérico).

Na última cena apresentada do debate Aécio fala sobre a necessidade de mudança, de integrar o Brasil e não reparti-lo. Trechos de sua fala: “... Eu quero ser Presidente da República não para dividir, de forma perversa e pouco generosa, o Brasil entre nós e eles. Eu quero ser o

grande presidente da integração nacional...um homem de bem, honrado, pronto para dar ao Brasil e aos brasileiros um destino melhor do que eles estão tendo”.

Nas próximas quatro cenas eleitores, funcionários públicos e representantes de associações civis de Minas elogiam o governo de Aécio em MG (Três cenas positivas genéricas e as duas últimas positivas objetivas).

A próxima sequência de treze cenas repete depoimentos de vários artistas declarando seu apoio a Aécio. Quanto a relação com outras figuras públicas as treze foram valoradas como positivas objetivas, e quanto as falas positivas genéricas.

A última cena repete a paródia da música de Ivete Sangalo (positiva genérica)

Descrição do programa do PT em 18/10/2014

As temáticas principais desse programa do PT foram: Segurança (como um motivo de preocupação da população e destacam que a violência em MG aumentou e a partir daí apresentam propostas para o combate a violência), Apresentação de propostas demonstrando que estas são baseadas em ações que já se iniciaram e novamente destacar a relação de continuidade entre o governo de Lula e Dilma.

As três primeiras cenas, com os garotos propagandas como falantes, falam sobre a preocupação da população com a questão da segurança e a última destaca a situação ruim da segurança em MG destacando o crescimento da taxa de homicídio.

Garoto propaganda: “Minas que Aécio e seu grupo governaram por todos 12 anos, Também vive uma grave crise na segurança”, “Enquanto a taxa de homicídios no sudeste foi reduzida em 38% entre 2002 e 2012 em Minas cresceu 52%” (negativo objetivo). Esta cena indica a intenção de enfraquecer Aécio como um governante que teria competência para resolver o problema de Segurança Pública brasileira, e a cena seguinte a apresentadora afirma que Dilma seria a pessoa certa para fazê-lo (Positivo genérico).

Seguindo o esquema de narrativa dos programas após gerar desconfiança quanto a competência de Aécio e a partir de afirmar a competência de Dilma. A próxima cena conta com Dilma como falante descrevendo suas propostas objetivas para resolver as questões da segurança pública. Como:

“...propor uma mudança na constituição federal. Pois hoje por lei a segurança pública é uma responsabilidade dos governos estaduais... criar um modelo de segurança integrada entre todas as polícias sejam elas federais ou estaduais com o apoio das forças armadas”. E para dar consistência a sua fala ela apresenta um exemplo de como isto pode funcionar e como já funcionou dando o exemplo da Copa do Mundo: “Sempre se pensou que essa interação seria impossível pois cada polícia tem a sua própria característica, mas colocamos este modelo em prática durante a copa do mundo e provamos que é sim, possível trabalhar de forma integrada. É esse modelo que quero levar para todo Brasil” (Positivo objetivo).

A partir desta afirmação de Dilma, apresentando dados comprovando o que diz e de como seu governo já promoveu essa experiência, as duas próximas cenas descrevem sua proposta de Centro de Comando e Controle, na primeira o narrador em off passa a descrever como o sistema funcionou na copa (Positiva objetiva) e na outra a própria Dilma descreve de forma propositiva objetiva, como esses Centros de Comando funcionarão e de como: “o embrião desse sistema de segurança integrada surgiu justamente nas nossas fronteiras com as operações Ágata e Sentinela que vem dando ótimos resultados”.

Na próxima cena o narrador em off explica como já funcionam com sucesso as operações Ágata e Sentinela e como já têm bons resultados. (Positivo Objetivo)

Na outra cena ainda com foco na Segurança pública o apresentador fala de como já funcionam com bons resultados o Sinesp, um sistema nacional de informações de segurança pública em que através da internet o próprio cidadão pode ter acesso a fichas criminais, placas de carros roubados e estatísticas criminais. (Positivo objetivo)

A sequência das cenas podem aumentar a confiança nas propostas que Dilma apresentou, assim como na confiança de que ela teria a competência de resolver as questões de Segurança Pública. Depois de uma sequência de cenas que pode ter exercido o efeito de aumentar a confiança de que Dilma tem competência para realizar o que promete, as próximas duas cenas com o narrador em off, apresentam as propostas de Dilma para saúde e educação: “Programa mais Especialidades”, “e uma profunda reforma no ensino médio, incluindo a mudança do currículo e a criação de novos estímulos ao professor e levar o ensino integral para mais escolas”. (Propositivo objetivo)

A próxima cena traz Lula de volta como falante e apontando as diferenças de oportunidades que as pessoas não tinham antes e passaram a ter depois de seu governo e de Dilma, e insinua que votar no PSDB seria um retrocesso à mudança que o PT já iniciou.

Na próxima cena o narrador em off salienta e enfatiza a identidade ideológica do eleitor do PT.

Narrador: “O Brasil que luta por mais empregos e melhores salários e reforma política. Se mobiliza cada vez mais na reta final de campanha”. De certa maneira, está tentando criar um vínculo de identidade ideológica entre o eleitor e o PT, ou seja, se você se preocupa com as condições da classe trabalhadora, você deve votar na Dilma.

As próximas cenas são de figuras públicas declarando seu apoio a Dilma:

Chico Amaral, Canto: Dilma, estamos com você seu governo está no caminho certo.

Andreia Rena: Quem quer continuar mudando tem que votar na Dilma.

Roger Almeida: Eu respeito voto de confio na Dilma.

Osmar Prado: É necessário que ela consolide o que ela já iniciou a 4 anos e aperfeiçoe sobre tudo a questão da inclusão social.

João Jorge, presidente do Olodum: eu quero convidar a todos para votar na presidente Dilma, pela importância das políticas públicas para os afro-brasileiros.

Chico Buarque de Holanda: Em 2010 eu votei na Dilma muito por causa do Lula. Esse ano eu voto na Dilma por causa da Dilma.

As cenas quanto relação com figura pública são positivas objetivas e o conteúdo das falas positivos genéricos.

Na próxima cena o narrador em off conclama o eleitor a ir para as ruas. Realçando a importância da militância no PT e em sua fala estabelece novamente a relação de mudança como avanço de uma mudança que já começou.

Narrador: Venha para as ruas você também e ajude a garantir um Brasil com mais avanços e mais mudanças. (Positivo genérico)

A próxima cena tem Dilma como falante, em que retoma, a partir do que foi apresentado com relação à segurança e que já apresenta resultados, as propostas relativas 'a educação, saúde e transporte urbano. De certa forma, os exemplos dados na segurança pode tornar o eleitor mais predisposto a acreditar que as propostas de outras áreas também serão executadas, como se fosse um efeito rebote. |O que acaba também por valorar a imagem de Dilma como positiva e de que é competente para realizar o que propõe

Dilma: Quando falamos que o Brasil está pronto para viver um novo ciclo de desenvolvimento e de bem estar, estamos nos baseando em um trabalho concreto e não em promessas vazias. O modelo de segurança integrada que vamos levar a todo o país é uma prova disso não estamos partindo do zero, nem de uma teoria qualquer mas de uma experiência já testada e aprovada. O mesmo vale para as propostas que temos para melhorar a qualidade da educação, da saúde e do transporte urbano essa é a grande diferença entre falar e fazer entre o que é promessa e o que é realização. É por esse caminho concreto real que vamos continuar o que está bom e corrigir o que é necessário. (Negativo genérico, positivo objetivo e propositivo objetivo)

A última cena repete a música que fechou os dois últimos programas e que estabelece a relação de continuidade entre Lula e Dilma e as conquistas realizadas pelos dois. (Positivo objetivo).

Novamente vale a pena destacar que o programa de Dilma foi mais propositivo do que o de Aécio, tendo seis cenas propositivas objetivas, enquanto, o de Aécio nenhuma. Quanto à valoração positiva objetiva teve 11 cenas e no de Aécio apenas 5. O programa de Aécio foi quase todo composto por cenas consideradas positivas genéricas.

Quanto a apresentação de aspectos negativos dos candidatos os programas foram similares, ambos com três cenas negativas.

Cabe destacar o encadeamento das cenas dos programas de Dilma, que parecem ter sempre uma ordem de apresentação e de valoração que aumentam a eficácia da credibilidade das propostas e de Dilma como falante e de uma candidata que cumpre e é capaz de realizar o que promete.

Descrição do Programa do PSDB em 18/10/2015

As temáticas principais da campanha de Aécio, foram: necessidade de mudança, fortalecimento da imagem do candidato (provar competência administrativa para conduzir as mudanças a partir da apresentação do que teria feito em MG), ataque à campanha de Dilma e ataque ao governo de Dilma (tentativa de mostrar que Dilma não atingiu as metas estabelecidas).

As primeiras cenas são destacando a noção de mudança, uma com apenas imagens de cunho emocional e a última com o garoto propaganda, como falante, dizendo: “É isso a mudança está no ar. Faltam 8 dias para a gente inaugurar um novo tempo no Brasil. Um tempo de união, de convergência para um Brasil melhor. Tem gente de todo lado chegando para mudar.” Todas positivas genéricas. O conceito de mudança continua a ser tratado através do apelo emocional, ao invés, de baseado em dados concretos.

As próximas duas cenas são repetições de trechos de programas anteriores e tentam fortalecer a relação entre Aécio e Eduardo Campos, com imagens emocionais de Aécio com Renata Campos e sua família e de João campos lendo a carta de sua mãe para a campanha de Aécio. Fala de João: “O Brasil pede mudanças. O governo que aí está tornou-se incapaz de realiza-las. Siga em frente Aécio, boa sorte e que Deus nos proteja!” (positivo objetivo no estabelecimento de relação com figuras públicas e falas positivas genéricas). Estas cenas parecem ter mais o objetivo de transferência de simpatia do que de continuidade entre o que propunha Eduardo Campos e a proposta de mudança de Aécio.

As próximas cenas parecem apelar para a necessidade de se superar as diferenças, a volta do tema integração nacional e ideológica, em prol de uma mudança, novamente definindo mudança de maneira opositora ao governo e ao mesmo tempo tentando assegurar a manutenção dos programas sociais, a fala do apresentador exemplifica esta afirmação: “O Brasil está se unindo em torno de um projeto de mudança, de um compromisso das forças da mudança com a recuperação da estabilidade econômica, com o desenvolvimento sustentável e com a comunidade e à melhoria dos programas sociais” (Positiva genérica).

Este programa busca reforçar o apoio dado por Marina Silva, portanto, as próximas seis cenas são relativas a este tema. Das seis cenas a primeira tem o apresentador como falante e as outras revezam falas de Aécio e Marina, sobre o apoio, a união de políticos com histórico ideológico em prol de um propósito em comum.

A primeira cena, deste bloco tem o apresentador falando e afirmando: “A mudança de Marina e a mudança de Aécio virando uma só mudança, a mudança de todos os brasileiros”. (Positivo genérico)

Em seguida, Aécio e Marina revezam-se em cenas, salientando a mudança e persiste em relaciona-la à uma oposição moral quanto ao presente governo mas com o cuidado de salientar a o foco na população de baixa renda e de que os Programas sociais seriam mantidos.

Cenas com falas de Aécio e Marina que se alternam, em entrevista coletiva, lado a lado. Abaixo trechos das falas dos dois.

Aécio: "... Nós estamos construindo uma aliança em favor do Brasil. Em favor da política decente, em favor da eficiência na gestão pública e em favor da transformação real da vida daqueles que menos têm... Marina não apoia um candidato, ela apoia um projeto de Brasil". (Positivo genérico)

Marina: "A 12 anos atrás, o candidato presidente Lula, apresentou uma carta-compromisso aos brasileiros, dizendo que naquele momento em que a sociedade igualmente queria alternância de poder, queria mudança, de que ele iria apresentar novas propostas, mas queria tratar o Plano Real como uma conquista da sociedade brasileira e iria preservar. 12 anos depois, você faz o mesmo gesto. Diz que vai recuperar o que se perdeu no atual governo, que é a estabilidade econômica. E diz que vai manter as políticas sociais, que foram criadas e aperfeiçoadas durante o governo do presidente Lula". (Positiva genérica).

Aécio: "Eu deixo de ser o candidato de uma coligação, ou mesmo de um partido político, para ser hoje o representante de um grande movimento de transformação que precisa ocorrer no Brasil..." (Positivo genérico)

Marina: "Por isso que ouço com alegria a sua manifestação, candidato Aécio, de que a partir de agora você trabalha como um movimento, o movimento da mudança. Eu dizia que preferia perder do que ganhando do que ganhar perdendo. Nesse momento, eu reitero, e se Deus quiser e o povo brasileiro, você haverá de ganhar ganhando". (Positivo genérico e negativo genérico).

Aécio: "Eu agradeço em meu nome, em nome da minha família, em nome de milhões de brasileiros, esse seu gesto de brasilidade, de patriotismo, ao me ajudar não apenas a vencer as eleições, mas a construir um projeto que faça valer a pena vencer as eleições. Muito obrigado!" (Positivo genérico).

Novamente, o apoio de Marina parece mais apelar para o emocional do que o de apresentar projetos concretos para o futuro e nem o de garantir como ela participará do governo. Ao não deixar claro de que maneira ou se marina iria participar do governo de Aécio, este apoio fica caracterizado mais como o da transferência de simpatia, do que um apoio que suponha uma relação e continuidade da parceria pós eleições. Esta falta de clareza do que se constitui o projeto de mudança e de qual ou se existiria participação ativa no governo pode ter enfraquecido a força deste apoio perante os eleitores de Marina.

As próximas cenas são como clips musicais exaltando a população a se juntar à campanha de Aécio e à mudança, sem nenhuma mensagem objetiva, de novo, apelando para o emocional.

As próximas oito cenas, repetem na íntegra cenas do programa anterior que foram realizadas com o intuito de estabelecer Aécio como um candidato competente para resolver questões do Brasil, principalmente quanto a retomada do crescimento. Com cenas com narrador em off e os garotos propagandas falas com valoração positiva genérica, vão apontando problemas de crescimento e administrativos do governo atual e afirmando que Aécio resolveu os mesmos problemas em Minas. Exemplo de uma cena:

_Narrador: “O Brasil precisa voltar a crescer. Aécio sabe como”.

_Apresentador: Aécio assumiu o governo de Minas em uma crise econômica séria. Em apenas dois anos, fez Minas voltar a crescer.

As próximas 25 cenas alternaram depoimentos de eleitores e figuras públicas (que já haviam aparecido em outros programas), com exceção do depoimento de cinco eleitores que foram positivas objetivas todas as outras falas foram de apoio mas positivas genéricas.

Exemplo de dois depoimentos positivos objetivos:

Geraldo: “Com entrada do governo Aécio, nós conseguimos a implementação dos planos de carreira para todo o funcionalismo”.

Eugenio: “Nas redes de atenção à saúde de Minas não só se melhorou a atenção primária, se melhorou a atenção nos centros de especialidades regionais e nos hospitais”.

A próxima cena com narrador em off, apresenta diversas manchetes de jornais nacionais e internacionais, apresentando críticas quanto à política econômica, quanto aos resultados do crescimento do país e apontando metas não cumpridas pelo governo, como uma justificativa para a necessidade de mudança.

Narrador: “(Imagem do site da BBC com a manchete “Brasil terá o 4 ano seguido de crescimento abaixo da América Latina, prevê Cepal) Dilma fez o país crescer menos do que a maioria dos países da América do Sul. (Site o Globo, “Brasil continua com a maior taxa de juros reais do mundo”) Dilma fez o Brasil ter as mais altas taxas de juros do mundo. (Manchete “Brasileiro trabalha 5 meses e um dia só para pagar imposto”) Dilma fez o Brasil ter a maior carga de impostos da história da nossa história. (Jornal Economia & Negócios Indústria tem em 2013 déficit comercial de US\$ 105 bilhões, o maior da história) Dilma levou a indústria brasileira à maior déficit comercial da história. (Dilma a presidente-candidata, só entregou 12% do PAC 2”) Dilma concluiu apenas 12% das obras prometidas no PAC o programa que era para acelerar o crescimento. (Jornal da Globo online “Presidente Dilma inaugura porto em Cuba financiado pelo BNDES) Dilma ajudou a construir um porto moderno, mas em Cuba com dinheiro dos brasileiros. (G1 Economia, “Brasileiros apontam saúde como principal problema do país”) Dilma entregou apenas 24 por cento das 8600 UBSs prometidas. (Estadão, “Petrobras é a empresa com mais dívidas no mundo”) Dilma transformou a Petrobras na empresa mais endividada do mundo. (O Globo online, “Levantamento do CFM aponta que foram fechados 13 mil leitos no SUS desde 2010”) Dilma fez o Brasil perder 13 mil leitos

hospitalares no SUS.(G1, on line “Brasil registra 181 apagões desde 2011, mostra levantamento”) Dilma fez o Brasil registrar 181 apagões.(Manchete, “Política econômica de Dilma está quebrando o etanol”) Dilma desmontou o setor de etanol levando mais de 70 usinas a fechar as portas.(Jornal economia & negócios, “Inflação dos alimentos afeta mais a baixa renda”) Dilma não cumpriu nenhuma vez a meta de inflação.(Manchete, “Copa custa mais caro que as três últimas edições somadas”) Dilma promoveu a copa do mundo mais cara da história. Você quer mais 4 anos disso? A mudança é Aécio” (Negativa objetiva).

Mais uma vez o programa de Aécio se caracteriza pelo excessivo número de cenas com valoração positiva genérica. Apresentou apenas quatro cenas negativas contra o adversário, mas destas apenas uma apresentava dados (negativa objetiva) as outras foram negativas genéricas. Programa sem nenhuma proposta objetiva e apenas duas cenas propositivas genéricas relacionadas ao tema mudança.

Descrição do programa do PT em 19/10/2014

As temáticas principais do décimo primeiro programa de Dilma foram: utilizar a crise de falta de abastecimento de água em São Paulo para exemplificar a maneira de governar do PSDB (ligando Aécio e seu governo em MG a questão da água em São Paulo) e defesa às críticas que recebeu nos dois últimos programas de Aécio sobre a “crise econômica” através da apresentação de dados e resultados de índices econômicos.

As próximas nove cenas dão suporte à temática de destacar a falta de água em São Paulo como resultado da má gestão que caracterizaria a maneira de governar do PSDB e de como Aécio reproduziu isto em Minas.

A primeira cena teve Dilma, como falante, destacando que esta crise poderia ser evitada pelo PSDB

Dilma: “É preocupante e também muito triste saber que os brasileiros que vivem em São Paulo, estado mais rico do país, estão passando por uma crise de falta d'água sem precedentes na sua história. Preocupante porque o que afeta São Paulo afeta, claro, todo o país. Triste, muito triste porque estamos falando de um problema alertado a 10 anos. Um problema que segundo técnicos do próprio governo estadual poderia ter sido evitado com obras feitas antecipadamente dois motivos específicos me levam a falar sobre a falta d'água em São Paulo em meu programa. O primeiro deles é o sofrimento do povo paulista que não precisava estar passando por isso, você vai entender porque, o segundo motivo é fazer chegar até você eleitor mais um exemplo do modelo de gestão tucana. O modelo que meu adversário não só defende como representa”. (Negativa objetiva)

A próxima cena tem como falantes o garoto e a apresentadora que destacam trechos do discurso anterior, reforçando e dando ênfase à crise de abastecimento de água em São Paulo e de que esta poderia ter sido evitada.

Garota Propaganda: “Uma crise que poderia ser evitada pois vários alertas foram feitos nos últimos 10 anos. Mas os governos tucanos de São Paulo não tomaram as providências necessárias”. (Negativa Objetiva).

Ainda na mesma cena, os mesmos falantes, reafirmam que o governo de Dilma alertou sobre a possibilidade da crise do abastecimento em Fevereiro de 2014 e autorizou a retirada do primeiro e do segundo volume de água da Cantareira e de como Dilma se colocou à disposição para ajudar no que fosse necessário, inclusive na liberação de recursos. (Negativa objetiva)

Dilma retoma a próxima cena para reafirmar sua disponibilidade em ajudar a evitar o problema mas o governo do estado ignorou. E salienta que nestes casos, pela constituição, o governador que teria a palavra final. Assim reafirma e reforça a responsabilidade do PSDB na crise de abastecimento de água e apresenta como prova da sua vontade em ajudar: “liberando pela Caixa Econômica Federal com juros subsidiados um bilhão e oitocentos milhões de reais para construção do sistema produtor de água São Lourenço”. Ainda reafirma sua preocupação com o Estado de São Paulo visando o eleitorado paulista: “Repito o governo federal está disposto a participar de tudo que for preciso para tirar a população de São Paulo dessa situação dramática um povo que tanto colaborou e colabora com o desenvolvimento do nosso país não pode seguir sofrendo por falta de planejamento e de obras.” (Negativo positivo)

A próxima cena, prosseguindo com a costura da narrativa dos programas do PT, confirma o que Dilma disse com imagens documentais e com um discurso negativo objetivo. O narrador ainda salienta e questiona a idoneidade do PSDB na utilização do dinheiro arrecadado pela Sabesp: (imagem da notícia na internet “Sabesp distribui até 60% dos lucros aos acionistas durante governo Alckmin. (Negativo positivo)).

A próxima cena, com o apresentador como falante, relaciona a notícia anterior ao PSDB, como argumento de que o PSDB privilegia os grandes investidores ao invés de beneficiar a população. (Negativo genérico)

As duas próximas cenas uma com a apresentadora a outra com o apresentador, ambas com imagens documentais e com valorações negativas objetivas, relacionam Aécio ao “jeitinho tucano de governar sua administração está sendo processada (Imagem de manchete” Promotoria aciona Estado de MG por suposta fraude na saúde sob Aécio”) pelo ministério público de Minas. (Manchete Aécio maquiou gastos da saúde em Minas) A acusação é que ele não investiu os 12% na saúde que a constituição determina”.

E na segunda cena o apresentador diz: “Aécio nega a acusação mas repare em São Paulo os tucanos também negaram que haveria essa crise no abastecimento. (Manchete “Alckmin descarta racionamento de água neste ano”) Só depois que a campanha eleitoral acabou e Alckmin foi reeleito a população da capital e do interior ficou sabendo a verdade e conheceu toda gravidade do problema”.

A partir das várias cenas objetivas e documentais, o apresentador emite uma frase negativa genérica, mas que pode ter seu impacto sobre o eleitor aumentado, pela sequência de cenas anteriores.

“Esse é o jeito tucano de governar sem transparência fugindo das responsabilidades pouco se importando com o sofrimento das pessoas”.

A próxima cena, parece ter como objetivo confirmar o que foi dito de maneira negativa genérica na cena anterior. Com a utilização de imagens documentais, e com narrador em off, apresentam notícias que podem ter o efeito desejado. Narrador: (Manchetes “Racionamento começa hoje, corta futebol à noite e luz de ruas; energia ficará mais cara. ” Sobrou para o consumidor” e” Fiasco de plano do governo agrava apagão”) Em 2001 no auge da crise do setor elétrico foi provocada pela falta de planejamento do governo Fernando Henrique um dos pontos riscados a se livrar do racionamento foi o Rio Grande do Sul. (Manchetes” Região Sul fica fora do racionamento”, “Dilma afasta racionamento no Sul”) Na época Dilma era secretária de Minas e Energia do governo de Olívio Dutra do PT e preparou rio grande para ficar para o que estava por vir. Hoje vivemos uma seca muito pior que a de 2001 mas graças às obras de energia realizadas por Dilma o país não sofreu nenhum risco de racionamento isso é planejamento isso é compromisso com brasil e com os brasileiros”. (Negativo Objetivo)

E continua a crítica ao governo de São Paulo com imagens documentais e negativas objetivas.

Narrador: (Manchete “Falta de agua é culpa do governo de SP, afirma relapresentadora da ONU, ”Sabesp não investiu 37% do previsto em obras pré-crise”) Já os tucanos mais uma vez falharam. Em São Paulo mesmo com todos os alertas. (Manchete “Lucro da Sabesp sobe 12,7% no 4 trimestre de 2010”) Eles preferiram distribuir lucros a fazer os investimentos necessários para preparar garantir o abastecimento da população. É assim que Aécio e os tucanos querem mudar para melhor o Brasil?

As próximas sete cenas tem como objetivo demonstrar apoio à Dilma. São seis eleitores com testemunhos positivos genéricos. Um exemplo destas cenas:

Thomas Miranda: “Dilma Brasil sem fome, sem miséria muda mais”.

A sétima cena de apoio é de um político, Marcelo freixo: “Sempre tive muitas críticas ao governo do PT. Importante dizer que sempre fizemos oposição à esquerda deste governo. Porém agora no segundo turno é importante lembrar que eu sou militante dos direitos humanos a quase 30 anos e a candidatura de Aécio Neves que representa um dos maiores retrocessos da República brasileira. Não quero votar no candidato à presidência que não tenha coragem de olhar nos olhos da nossa juventude e escutar essa vida como se fosse a vida de seus filhos. Quero votar no candidato à presidência que olhem pro seu jovem e queira ele no banco da escola e não no banco dos céus. Por isso no segundo turno meu voto é um veto em Aécio meu voto é Dilma.” (Negativo genérico e positivo genérico)

A próxima cena conclama a população paulista a um encontro com Dilma.

Narrador: “E atenção São Paulo. Nessa segunda feira tem encontro de Dilma com movimentos culturais da juventude da periferia. É na praça Brasil, Itaquera a partir das 18 horas venha participe e ajude a garantir um Brasil com mais avanços e mais mudanças”. (Positivo genérico).

A próxima cena tem o claro objetivo de se defender da última cena do programa do PSDB , no dia anterior e no mesmo dia. Utilizando imagens documentais e dados, desconstrói o que foi afirmado no programa de Aécio, o apresentador fala em uma sequência de imagens e cenas: “ Você já reparou que a campanha de Aécio tá tentando atingir Dilma de todas as maneiras. Nós vamos responder às suas agressões com números e fatos veja: com Dilma o Brasil se tornou a sétima economia mundial, cresceu mais do que a média das 10 maiores economias avançadas, gerou mais de 5 milhões e setecentos novos empregos e à inflação nunca passou o teto da meta. Os juros caíram para o menor nível desde o final da década de 70. 56 setores produtivos tiveram redução de impostos sobre a folha de pagamento. O simples nacional já beneficia mais de 9 milhões de micro e pequenas empresas. Com Dilma mais de 871 bilhões foram investidos em obras de infraestrutura. O PAC 2 já concluiu 95,5% das ações previstas para o período de 2011 a 2014. Petrobras está fazendo o maior plano de investimento na sua história. A capacidade de geração de energia aumentou em mais de 20 mil megawatts nos últimos 4 anos. E foram implantados 23 mil quilômetros de linhas de transmissão. Negar tudo isso é negar o que aconteceu nos últimos anos. É negar todas as conquistas que você também foi capaz de realizar e que fizeram o Brasil avançar”. (Negativa Objetiva).

A próxima cena exibe fotos de Dilma aparecem na tela enquanto o narrador fala: “O Brasil conhece essa mulher. Sabe da sua seriedade, da sua firmeza, da sua honestidade. O Brasil sabe da competência com que ela que atravessou a maior crise da economia internacional e impediu que esta crise afetasse gravemente o nosso país. O Brasil sabe que ela está cada vez mais experiente e tem muito ainda por fazer por todos nós. Vai em frente Dilma este trabalho não pode parar”. (Positivo genérico)

A última cena, é em forma de clip musical e repete o trecho de uma música de programas anteriores.

Música: “Não deixe a mudança parar não deixe parar de mudar, não deixe a mudança parar não deixe parar de mudar! Lula fez o PROUNI a Dilma o PRONATEC o Lula trouxe à luz, a Dilma à internet! Mais mudança mais futuro é o que a gente quer. Eu vou em frente é com essa mulher! Não deixe a mudança parar não deixe parar de mudar, não deixe a mudança parar não deixe parar de mudar!”. (Positivo objetivo e objetivo genérico).

Descrição do Programa do PSDB em 19/10/2015

O décimo primeiro programa de Aécio tem como temáticas principais: o fortalecimento de sua imagem como homem de vida familiar pacata, amoroso, bom pai, sincero e simples; reafirmar a competência de sua gestão em MG apresentando programas voltados para saúde e educação da criança e apresentar propostas para o país.

As primeiras cenas são compostas por testemunhos de familiares destacando –o como bom marido, filho, irmão e pai. Parece que a intenção desta cena é trazer uma relação de intimidade com o eleitor, que combateria a impressão de Aécio ser uma figura distante, o que se percebe na fala da narradora da primeira cena e nas de seus familiares. Todas as falas desde a da narradora até a de seus familiares (esposa, mãe, irmã e filha) são positivas genéricas.

Narradora: “Hoje você vai conhecer um pouco mais do Aécio. (Aparece Aécio com um bebe no colo) Você já conhece o Aécio político de 30 anos de vida pública honrada e ética. Agora você vai conhecer o outro lado do Aécio. O marido, o pai, o filho e o irmão. (Andreia, Irma de Aécio: Alguns afetos na vida de cada um de nós definidores daquilo que a gente é o que a gente se torna. O meu afeto pelo Aécio é um deles. Leticia, esposa de Aécio: Ele sorri com os olhos ele tem uma expressão muito bonita e a simplicidade dele que me encanta. Ele gosta do simples. Inês Maria, Mãe de Aécio: O Aécio hoje é uma pessoa conciliadora. Ele conversa muito, ele não tem inimigos, pode ter os adversários mas inimigos, ele não faz inimigos. Gabriela, Filha de Aécio: Eu lembro dos natais com família toda na casa da minha vó. De ele me levar ao Mineirão para torcer pelo Cruzeiro. Da gente ensaiando para dançar valsa nos meus 15 anos. Acho que é tanta história que a gente tem junto, porque o meu é porque meu pai sempre foi tão presente!

Leticia, esposa de Aécio: Hoje eu sou uma mulher realizada por que eu encontrei no Aécio, uma pessoa de caráter. E da paz no meu coração saber que os nossos filhos, a Júlia e o Bernardo, vão caminhar com ele junto.

Após essas cenas que caracterizaram Aécio como uma pessoa simples e com altos valores familiares, Aécio faz um discurso falando dos atos de seu governo em MG, que foram feitos em favor das crianças.

Trechos da fala de Aécio: “Olha a gente sabe que todo pai e toda mãe querem o melhor para seus filhos, sempre em qualquer circunstância. Quando eu governei Minas Gerais eu e minha equipe, nós decidimos criar algumas ações para cuidar das crianças, desde a barriga da mãe até o Ensino Médio. Nós criamos um programa chamado Viva a Vida, que depois foi ampliado e se chama a Mães de Minas, que acompanha gravidez da mãe que acompanha o primeiro ano de vida do bebê. Nós fomos o primeiro estado no Brasil trazer as crianças para a escola aos seis anos de idade...Para governar direito a gente tem que ter planejamento, pensar em cada etapa daquilo que precisa ser feito e fazer. Não cabe improvisado, não cabe de uma hora para outra inventar que tem ideias novas e falar sempre do passado, como vem fazendo a nossa adversária. A gente tem de verdade é que olhar para o futuro, porque aí sim a gente muda o Brasil.” (Positivo objetivo e negativo genérico)

Pela primeira vez o programa de Aécio estabelece uma relação de cena similar ao de Dilma em que depoimentos de eleitores confirmam o que foi dito pelo candidato. Em uma sequência de falas

encadeadas uma eleitora, participante do programa Mães de Minas, dá um depoimento em que conta como ela e m sua gestação até seu filho nascer e como o programa a instruiu em uma situação de inexperiência, salvando a vida do bebê. (Positivo objetivo)

Ainda conduzindo sua narrativa como vinha sendo realizada pelo PT, a partir do relato de uma ação em seu governo em MG e do depoimento de uma eleitora confirmando o que disse, o programa passa a apresentar cenas propositivas objetivas relacionadas a vários temas. Na primeira cena com o objetivo de apresentar propostas calcada na sequência de cenas anteriores, a apresentadora introduz as cenas reafirmando a competência de Aécio em MG e de sua capacidade de realizar atos corajosos e inovadores. (Positivo genérico)

Todas as propostas foram narradas em off e continham imagens que iam enfatizando e ilustrando o que era dito.

Segurança: Aécio vai controlar com maior rigor as fronteiras do Brasil por onde entram as armas e as drogas que alimentam a violência e aumentar a repressão e punição ao tráfico. (Propositiva genérica)

Social: Aécio vai levar a experiência do programa “Fica Vivo” para todas as regiões do Brasil, afastando milhares de crianças e jovens que vivem em situação de risco social, do perigo das drogas e do crime. (Propositivo objetivo)

Programa Social: Implantar o programa “Família Brasileira” como estratégia do combate à pobreza de forma sustentável. (Propositivo objetivo)

Saúde: Na Saúde Aécio vai organizar e fazer funcionar melhor o que já existe, CONSULTÓRIOS POPULARES DE **SAÚDE**, Vai criar os consultórios populares de saúde para acabar de vez a demora das consultas com especialistas... Aécio também vai fazer 500 centros “Saúde de uma vez” com consultas exames e remédios, juntos num único lugar com hora marcada e transporte exclusivo, simplificando e tornando mais eficiente o atendimento na saúde. (Propositivo objetivo)

Educação: Aécio vai levar para todo o país o programa “Poupança Jovem” estimulando os alunos a concluírem o ensino médio. A cada ano o governo deposita um valor que o aluno poderá sacar no final do curso para iniciar uma nova etapa de sua vida. E com o mutirão de oportunidades Aécio vai trazer de volta à escola cerca de 20 milhões de pessoas que abandonaram os estudos dando a elas um salário mínimo por mês para que voltem a estudar. (\propositivo objetivo)

Crescimento e infraestrutura: Crescimento em infraestrutura. Aécio vai combater a inflação e a corrupção, recuperando a credibilidade nacional e internacional para que o Brasil volte a crescer. Vai implantar uma política de transportes e infraestrutura para investir nas obras que o país precisa. Portos, ferrovias, estradas e aeroportos, garantindo assim que o desenvolvimento econômico chegue a todas as regiões do país. Obras no Brasil para os brasileiros. O Brasil quer mudar. E a mudança é Aécio. (Propositivo objetivo).

A próxima cena tem Aécio como falante (ao lado de sua esposa) pedindo o apoio e o voto do eleitor, principalmente se dirigindo às famílias e agradecendo o apoio de todo o país e retomando a

ideia de que o país necessita mudar e que ele é o candidato preparado para isto. (Positivo genérico).

Uma sequência de quatro imagens de eleitores da região Nordeste, do interior de São Paulo e do Rio Grande do Sul declarando seu voto em Aécio, todas as falas com valoração positiva genérica.

Rayane da Silva, Campina Grande - PB: Nós precisamos de mudanças e é isso que o Brasil quer mudar. Então eu acho que a Aécio está preparado para isso.

Josélia Marques, Sinhaém - PE: Para que assim possamos estar no mesmo patamar. Seja nordestino, seja pessoas do Sul, Sudeste. Enfim é o povo. O povo brasileiro querendo mudança.

Simone, Amaraji - PE: Amaraji, Pernambuco está com Aécio. Só dá ele na cabeça. É 45 neles!

Adiele Duarte, Aparecida do Norte - SP: Esse tempo todo só PT e o PT não mudou nada. Só atraso de vida. Agora é Aécio.

Franciele Monteiro, Porto Alegre – RS: Eu acho que foi bem a cara da mudança mesmo, a força que o Brasil precisa chamou, Aécio. Isso aí. Novamente se repete a paródia de “Festa no Gueto” de Ivete Sangalo, já repetida em pelo menos três programas. (Positivo genérico)

A última cena repete a do programa anterior que com narrador em off, apresenta diversas manchetes de jornais nacionais e internacionais, apresentando críticas quanto à política econômica, quanto aos resultados do crescimento do país e apontando metas não cumpridas pelo governo, como uma justificativa para a necessidade de mudança. (negativa objetiva e negativa genérica).

Descrição do programa do PT em 20/10/2014

As temáticas principais do programa de Dilma foram: destaque entre as diferenças ideológicas e governamentais entre PT e PSDB (o PT em favor das classes trabalhadoras e de baixa renda e o PSDB em favor das elites e da priorização de interesses econômicos) e trabalhar o conceito de Mudança que já começou e p PSDB como retrocesso.

Narrador em off: E atenção a 5 dias das eleições Dilma dispara na liderança. Veja as pesquisas divulgadas ontem Datafolha: Dilma com 52%, Aécio 48%. No Vox Populi a mesma vantagem. 52 x 48. Cresce a certeza na reta final o Brasil é mais Dilma. O Brasil é 13. (Positivo objetivo)

As próximas quatro próximas cenas se referem em reafirmar de maneira Negativa objetiva as diferenças entre PT e PSDB. Repetindo as cenas que criticam a escolha de Armínio Fraga como Ministro da Fazenda, ligando-o ao mal desempenho do segundo mandato de FHC e mostrando uma gravação de sua voz falando sobre o esvaziamento da importância dos bancos públicos.

Na próxima cena Dilma, vestida de Vermelho fala: “Todas as nossas políticas sem objetivo de gerar mais empregos, reduzir as desigualdades sociais e criar mais oportunidades para que as pessoas cresçam na vida. Vou dar um exemplo concreto hoje os bancos públicos subsidiam várias

ações e programas sociais como o Minha Casa Minha Vida, financiamento educacional FIES, transporte público entre outros. Sem esse apoio tudo ficaria muito mais caro para a população, veja o exemplo do Minha Casa Minha Vida. Hoje uma família com rendimento de até 1600 reais por mês, paga uma prestação equivalente a cinco por cento da sua renda ou seja apenas 80 reais isso é só é possível porque o governo federal por meio da caixa subsidia o custo das casas pelas regras de mercado a prestação da casa dessa família não seria de oitenta reais mas sim vejam bem, novecentos e quarenta reais. Portanto, é muito difícil não se indignar quando meu aniversário fala em medidas impopulares hora se são impopulares é porque são contra o povo. E eu tenho um lado muito claro, o lado do povo. O Brasil não pode voltar aquele passado que era governado por uma elite e para uma elite. Pois é contra esse retrocesso que vou lutar com todas as minhas forças”. (Positivo objetivo e negativo genérico)

Depoimentos de eleitores:

Homem: “Eu vivi um Brasil onde a corrupção era varrida para debaixo do tapete e as investigações engavetadas”. (negativo genérico)

Moça: No Brasil que eu vivo, corrupto é investigado e punido doa a quem doer. (Positivo genérico)

Homem: Eu vivi em um Brasil onde as desigualdades sociais nos envergonhavam diante do mundo. (Negativo genérico)

Menino: No Brasil que eu vivo o combate à desigualdade é exemplo pra todo o planeta. (Positivo genérico)

Homem: Nós queremos continuar vivendo em um país em que as mudanças sejam sempre para melhor em benefício de todos. (Positivo genérico)

Narrador em off com imagens de crianças na escola.

Narrador: “Na educação, Dilma vai fazer uma profunda reforma no ensino médio, incluindo a mudança do currículo e a criação de novos estímulos ao professor e levar o ensino integral para mais escolas”. (Propositivo objetivo)

Imagens de pacientes sendo examinados em hospitais e tendo consultas médicas e o narrador fala:” Dilma vai criar os programas mais especialidades. Uma rede nacional de Clinicas onde consultas e exames e tratamentos com especialistas poderão ser feitos sem demora e no tempo certo”. (Propositivo genérico)

Imagens de um centro de comando em funcionamento e narrador: “Dilma vai implantar o programa de segurança integrada, que contará com Centros de Comando e Controle em todas as capitais do país. Assim vai unir a força nacional de Segurança, Polícia rodoviária e federal e as Policias civil e militar com o apoio das forças armadas no combate ao crime”. (Propositivo objetivo)

Lula falando sobre s mudanças implementadas e sentidas pelo povo brasileiro nos últimos anos e dando apoio a Dilma.

Lula: “Faltam poucos dias para o povo decidir o rumo que o país vai seguir nos próximos 4 anos. A escolha é muito sério e vocês que ajudaram a transformar o Brasil nos últimos 12 anos sabem que os direitos e as conquistas dos trabalhadores estão agora sob ameaça. Converse com sua família, seus vizinhos, seus amigos, mobilize sua rua, seu bairro, sua escola, seus companheiros de trabalho, para refletir sobre o que está em jogo nessa eleição. É preciso mostrar quais são os interesses representado pelos dois candidatos. Não há dúvida que Dilma é a garantia de manter o rumo que o povo brasileiro precisa. Conto mais uma vez com você, para construirmos juntos uma grande vitória. Dia 26 de outubro vote 13”. (Positivo genérico)

Temática com foco na mulher

Em estúdio, a apresentadora fala: “ Em 2006 Lula sancionou a Lei Maria da Penha. Um marco na luta contra violência doméstica e os direitos da mulher. Com a chegada de Dilma a presidência o Brasil seguiu avançando na defesa da mulher e os resultados estão aí. Hoje as mulheres são responsáveis por 55% das matrículas nas universidades e por 59% das matrículas no Pronatec. Elas também são a maioria das beneficiadas pelo Minha Casa Minha Vida e pelo Bolsa Família. E tem mais, hoje o empreendedorismo cresce mais entre as mulheres e elas já respondem por 41,7% dos empregos com carteira assinada. Dilma também apoiou e aprovou a PEC do trabalho doméstico que reconheceu e garantiu direitos a 6 milhões de trabalhadoras. Agora Dilma vai criar a casa da mulher brasileira, que vai funcionar como um centro de atenção integral às vítimas de violência doméstica. Uma ideia nova para quem precisa de apoio para reerguer a sua vida”.

(Positiva objetiva e propositiva objetiva)

Apresentador contratado vestido de capacete de obra e tendo como cenário um canteiro de obras: “Todas as capitais do país terão uma casa da mulher brasileira. Três delas já estão sendo construídas em Campo Grande, Vitória e Brasília. Em outras cinco capitais as obras começam ainda esse ano. Em cada casa as mulheres vão ter acesso a diversos serviços. Assistência jurídica, Delegacias Especializadas, Equipes com psicólogas, assistentes sociais e educadoras, e apoio à educação para conquistar um emprego. A casa também terá o alojamento de passagem e brinquedoteca. A casa da mulher brasileira é isso, um espaço de apoio para quem precisa se reerguer e seguir em frente é também mais um símbolo do trabalho que Dilma realiza para construir um Brasil melhor”. (propositivo objetivo)

Eleitores dão depoimentos.

Beatriz Pontes: Eu tenho motivo pra falar que a minha vida melhorou muito no governo Dilma. (positivo objetivo)

Erick Machado: O Rio de Janeiro, assim como todo o Brasil, não aceita de forma nenhuma retroceder. (negativo genérico)

Eloi Araujo: Dilma para o país continuar incluindo e vencendo o racismo e as discriminações. (Positivo genérico)

Miguel: “Essa é a campanha mais decisiva desde a redemocratização do Brasil. Porque dois modelos de governo dois modelos de Brasil vão se chocar no dia 26 e nós temos garantias que o modelo correto o modelo da inclusão o modelo de desenvolvimento científico educacional vença. 13 Dilma dia 26”. (Positivo genérico)

Imagens de Dilma acenando para eleitores e de uma menina com sua mãe, com selos de Dilma nas cores do Arco-íris.

Dilma: “Olha não é segredo pra ninguém que o Brasil ainda é um país com muitos problemas. É claro. Se passaram décadas e décadas sem se investir no Brasil e no seu povo. Mas quando a gente compara o Brasil de hoje, com aquele que eu e Lula encontramos, a diferença é enorme. A nossa economia é muito mais sólida e a prova disso é que não precisamos mais nos humilhar diante do fundo monetário internacional o FMI. Voltamos a realizar obras de infraestrutura depois de décadas de paralisia, e à vida das pessoas melhorou como nunca só no meu governo 22 milhões de brasileiros superaram a pobreza extrema. O Brasil saiu do mapa da fome 5 milhões e 600 mil trabalhadores conquistaram um emprego com carteira assinada. E as taxas de desemprego têm sido as menores da história. O outro candidato nega tudo isso. Ok, isso faz parte da disputa eleitoral. Mas eu pergunto, você acha que o Brasil está melhor ou pior do que antes? Você acha que os governos tucanos fizeram mais do que o nosso? Pois é você sabe a resposta. E sabe também que o nosso compromisso sempre foi e continuará sendo fazer o Brasil avançar sempre mais”. (Positivo objetivo).

Descrição do Programa do PSDB em 20/10/2015

As temáticas do décimo segundo programa de Aécio foram: Fortalecimento e formação de sua imagem (apresentação de currículo, ressaltar seus atos positivos e MG), apresentação de propostas quanto a segurança, saúde e educação; necessidade de mudança mas ao mesmo tempo assegurar a continuidade dos programas sociais.

As primeiras cenas foram apresentadas a fim de fortalecer e formar sua imagem.

Primeira cena destaca a liderança de Aécio no primeiro turno.

Apresentador: “Aécio está liberando todas as pesquisas do segundo turno, porque os brasileiros sabem que podem confiar nele. Agora só depende do seu voto, no próximo domingo, para que a gente faça junto a mudança que o Brasil a tanto tempo procura” (Positivo objetivo).

A próxima cena destaca com imagens de ênfase e documental realizações positivas no governo de Aécio em MG.

Narrador: “Aécio pegou estado quebrado em menos de 2 anos fez Minas voltar a crescer. Aécio reduziu em um terço o número de secretarias. Cortou privilégios, mordomias e cargos de confiança e até cortou seu próprio salário pela metade para dar o exemplo. Aécio passou a gastar menos com funcionamento do governo para poder gastar mais com educação, à saúde e à segurança. Aécio escolheu uma prioridade: à educação...”

As próximas cenas são propostas para segurança, saúde e educação. Todas com narrador em off e que repetem cenas de programas anteriores. (Propositivas objetivas)

As próximas cenas se relacionam à necessidade de mudança e ao mesmo tempo de garantir a continuidade dos programas sociais.

Garoto propaganda: “Você lembra? No último debate do primeiro turno, Aécio surpreendeu a todos por seu preparo e seu desempenho. Por isso, milhões de brasileiros que apostaram uma mudança e levaram Aécio para o segundo turno”. (Positivo genérico)

Cena de Aécio falando em debate da Globo no primeiro turno. Discurso tentando assegurar que dará continuidade aos programas sociais.

Aécio: “Que os bons programas do governo do PT a partir de 1º de janeiro, estarei anunciando que eles vão continuar, mas vão ser aprimorados. O Minha Casa Minha Vida, por exemplo, no meu governo vai ter um foco muito maior, na faixa que vocês não conseguiram enfrentar adequadamente, a faixa de até 3 salários mínimos. Um déficit de 4 milhões e 100 mil moradias hoje está em torno de 3 milhões e 900 mil moradias”. (Propositivo objetivo). Cenas retiradas de outros programas.

Cenas para formar a imagem de Aécio como o candidato mais competente para governar.

Garoto propaganda: “No primeiro debate do segundo turno, na Bandeirantes novamente o Aécio mostrou porque é o mais preparado para conduzir as mudanças que o Brasil precisa”. (Positivo genérico)

Cena de Aécio falando no debate da Band do segundo turno.

Aécio: “Eu quero dizer a você telespectador que no meu governo eu vou assumir o comando de uma política nacional de segurança pública. Controlando as nossas fronteiras, fortalecendo as nossas Forças Armadas também abandonadas no seu governo. Dando também a Polícia Federal a estrutura que ela deixou de ter. Ela tem o pior orçamento de investimento dos últimos 5 anos”. (Propositivo objetivo e negativo objetivo)

Ainda no debate, falando em melhoria na educação e acusando de Dilma de não ter realizado o que agora promete.

Aécio: “Vamos falar aqui para o telespectador, para telespectadora, as boas coisas que tem que continuar. O que nós precisamos é qualificar a gestão pública, colocar gente séria, gente honrada para que os resultados atinjam as pessoas. Eu quero sim fazer a nova escola brasileira. A senhora fala em flexibilizar o currículo do ensino médio. Depois de 12 anos governo? Por que, que não fez isso antes?” (Propositivo genérico e negativa genérica)

Cena de Aécio no debate em que Aécio tenta descolar sua imagem de um partido e vinculá-lo com a noção de mudança. Para falar de mudança ataca o governo de Dilma para determinar o que é mudança por oposição ao que foi descrito como problema

Aécio: “O Brasil quer mudança eu não sou mais o candidato de um partido político. Eu sou um candidato que encarna um sentimento de que os brasileiros podem muito mais do que estão tendo

hoje. Nós merecemos ter um governo que respeita o dinheiro público, que melhore os nossos indicadores sociais, que una o Brasil em torno de um grande e usado projeto. Nós somos uma nação maravilhosa, não podemos continuar a ter uma educação de tão baixa qualidade. Nós somos um país com potencialidades econômicas extraordinárias e não podemos ver a nossa indústria, e os nossos empregos na indústria indo embora. Eu, portanto, hoje assumo a responsabilidade de conduzidas as mudanças com altivez, com responsabilidade, com enorme amor ao Brasil. O que eu vi hoje pela manhã no Rio de Janeiro ao lado da minha mãe, da minha filha, da minha esposa, com mais de 20 mil pessoas nas ruas, podem ter certeza, é algo que eu levarei comigo para sempre para fazer um Brasil decente e honrado para todos e todas as brasileiras”. (Propositivo genérico e negativa genérica)

Imagens que tentam passara a mensagem de um Brasil com unidade, com uma identidade comum, como o próprio candidato diz com “integração nacional”. Mensagem importante para Aécio tentar derrubar a divisão regional do Brasil das últimas eleições e tentar penetrar nas regiões Norte e Nordeste.

Imagens emocionais: Multidão em Copacabana cantando o hino nacional em carreata e passeata com Aécio. Depois entra outra cena dele em campina grande, no recife e em outras cidades. Sempre em campanha

A próxima cena com diversas imagens de pessoas e lugares de todas as partes do Brasil, se misturando a imagens de Aécio em campanha pelo país cumprimentando eleitores e participando de comícios e carreatas. A música de fundo repete a paródia da música de Ivete Sangalo. (Positivo genérico)

A última cena repete as duas últimas cenas dos programas anteriores.

Enquanto o narrador fala, diversas imagens de jornais e sites ilustram o que é dito, enfatizam.

Narrador: (Imagem do site da BBC com a manchete “Brasil terá o 4 ano seguido de crescimento abaixo da América Latina, prevê Cepal...” (Negativo objetivo e propositivo genérico))

Descrição do programa do PT em 21/10/2014

Introdução

(Apresentador em estúdio)

Apresentador: A campanha entra na reta final a diferença entre os modelos de governo entre Dilma e Aécio vai ficando cada vez mais claro.

Atriz: Por exemplo Dilma defende que com crise ou sem crise internacional o fundamental é defender o emprego e o salário dos trabalhadores. Já Aécio não é muito claro a respeito mas pelo passado dos governos tucanos a gente bem sabe o que pode vir por aí.

Apresentador: Aécio já disse que está preparado para adotar medidas impopulares. (Medidas Impopulares aparecem escritas na tela). Já definiu quem fara isso: Armínio Fraga, quem ele quer que seja seu ministro da fazenda. Armínio presidiu o Banco Central no governo de Fernando Henrique. (Manchete de jornal “dependência externa cresce nos anos FHC”) uma época de juros altíssimos muito (Manchetes “Fraga assume e eleva juros para 45%” e “tarifas públicas sobem mais que o dobro da inflação no governo FHC.”) muita inflação e muito desemprego Armínio já sabe até por onde começar. Esvaziando a importância dos bancos públicos que hoje financiam desde pequenas empresas até uma série de programas sociais. Duvida? Então escute o que o próprio Armínio diz:

(Aparece a foto de Armínio pequena sob a “imagem” do áudio.

Armínio: O Brasil três bancos públicos gigantes aí em atuação que são o BNDES, o Banco do Brasil e a Caixa Econômica. Eu penso que os bancos públicos precisam ser administrados com padrões muito mais rígidos, provavelmente vai chegar um ponto em que vai ficar claro até talvez que eles não tenham assim tanta funções. Não sei muito bem o que vai sobrar no final da linha, talvez não muito.

Apresentador em estúdio

Apresentador: vamos escutar de novo: (Volta a imagem do áudio de Armínio Fraga) não sei muito bem o que vai sobrar no final da linha talvez não muito. (Volta o Apresentador) Você ouviu no final das contas ele não sabe o que vai sobrar do BNDES e da Caixa e do Banco do Brasil. Mas a gente sabe que coisa boa não é.

Entra Dilma vestida de Vermelho com sua sala de pano de fundo

Dilma: Todas as nossas políticas sem objetivo de gerar mais empregos, reduzir as desigualdades sociais e criar mais oportunidades para que as pessoas cresçam na vida. Vou dar um exemplo concreto hoje os bancos públicos subsidiam várias ações e programas sociais como o Minha Casa Minha Vida, financiamento educacional FIES, transporte público entre outros. Sem esse apoio tudo ficaria muito mais caro para a população, veja o exemplo do Minha Casa Minha Vida. Hoje uma família com rendimento de até 1600 reais por mês, paga uma prestação equivalente a cinco por cento da sua renda ou seja apenas 80 reais isso é só é possível porque o governo federal por meio da caixa subsidia o custo das casas pelas regras de mercado a prestação da casa dessa família não seria de oitenta reais mas sim vejam bem, novecentos e quarenta reais. Portanto, é muito difícil não se indignar quando meu aniversário fala em medidas impopulares hora se são impopulares é porque são contra o povo. E eu tenho um lado muito claro, o lado do povo. O Brasil não pode voltar aquele passado que era governado por uma elite e para uma elite. Pois é contra esse retrocesso que vou lutar com todas as minhas forças.

Apresentador: O debate de ontem na Record provou mais uma vez porque Dilma é a garantia de um Brasil sem retrocessos acompanhe.

(Investigação na Petrobrás)

(Dilma no debate)

Dilma: Eu sei que há indícios de desvio de dinheiro. Eu nunca impedi a investigação candidato, eu nunca impedi que falassem, que olhassem ou que verificassem o que estava acontecendo. Eu faço questão que a Polícia Federal investigue candidato.

(A força da Petrobras.)

(Dilma no debate)

Dilma: Vocês candidatos venderam 30% da Petrobras no mercado em ações a preço de banana, candidato. Na época a Petrobrás vale 15 bilhões e 500 milhões de reais. Hoje a Petrobrás passou do patamar de 100 milhões candidato. Vocês não têm a menor moral para falar de valor da Petrobrás. O senhor disse que pensava em algum momento em privatizar a Petrobras, mas que isso não estava ainda na pauta. Eu só fico pensando quando é que o senhor quer colocar na pauta. É denegrindo a Petrobrás? É dizendo que a Petrobrás perdeu o valor? Que isso candidato? A Petrobrás é a maior empresa desse país, e à força dela candidato, são seus trabalhadores sua capacidade de descobrir, o seu controle tecnológico. Eu sei, candidato, que vocês gostariam mais ver a Petrobrás dividida entre as grandes empresas internacionais. A Petrobras será a maior empresa desse país por muitos anos.

(Combate à inflação)

Dilma: Eu tenho um compromisso de combater a inflação de forma drástica e sistemática. A inflação não está descontrolada, como quer vocês, até porque vocês jogam no quanto pior, melhor. Eu considero muito grave a proposta de 3% de taxa de inflação porque vai repetir a velha história de sempre, o cozinheiro é o mesmo, Armínio Fraga, a receita é a mesma, ressecção, recessão, recessão. E o resultado é o mesmo desemprego, arrocho salarial, e altas taxas de juros. A quem serve isso? Ao povo brasileiro que não é. Vocês sempre gostaram de plantar inflação para colher juros.

(A crise da saúde em Minas)

Dilma: O ministério público de Minas Gerais entrou sexta feira contra o governo de Minas, porque pelo que eu falei outro dia, e o senhor disse que não era verdade, é verdade. Vocês não

cumpriram o mínimo condicional na área da saúde. No período inteiro desviaram 7 bilhões e 600 milhões com que moral o senhor fala em saúde eu não sei. Agora eu vou ler uma fala do ministro do Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais, o conselheiro Sílvio Costa que diz o seguinte: É duro engolir que vacina para cavalo seja contabilizada como despesa da saúde.

(Apresentador em estúdio)

Apresentador: A verdade é que só Dilma garante mais avanços e tudo isso, porque só ela tem propostas concretas para melhorar a vida dos brasileiros.

(Imagens de crianças na escola)

Narrador: Na educação, Dilma vai fazer uma profunda reforma no ensino médio, incluindo a mudança do currículo e a criação de novos estímulos ao professor e levar o ensino integral para mais escolas.

(Imagens de pacientes sendo examinados em hospitais e tendo consultas médicas)

Narrador: Dilma vai criar os programas mais especialidades. Uma rede nacional de Clinicas onde consultas e exames e tratamentos com especialistas poderão ser feitos sem demora e no tempo certo.

(Imagens de um centro de comando em funcionamento)

Narrador: Dilma vai implantar o programa de segurança integrada, que contará com Centros de Comando e Controle em todas as capitais do país. (Força Nacional de Segurança, Policia Rodoviária e Federal, Policias civil e Militar e Forças Armadas aparecem listadas na tela.) Assim vai unir a força nacional de Segurança, Policia rodoviária e federal e as Policias civil e militar com o apoio das forças armadas no combate ao crime.

Repetição das cenas voltadas para as mulheres sobre Lula ter sancionado a Lei Maria da Penha e da construção das Casas da Mulher Brasileira.

(Dilma em campanha, Multidões com bandeiras, Dilma dando a mão a eleitores, Pessoas com a bandeira "Dilma presidente", Eleitores beijando e tirando fotos com Dilma, Multidões em comício de Dilma).

Música: A rua é do povo/ Eu quero Dilma de novo/ Vamos em frente coração valente/ eu to com você/ É a massa do PT

(Diversas imagens de Dilma saudando eleitores e imagens de multidões reunidas com bandeiras e cores de Dilma)

Narrador: A mobilização por esse Brasil melhor cresce cada vez mais nessa reta final. Todos unidos por Dilma.

(Lula falando em palanque para multidão)

Lula: Que o Aécio seja o candidato dos banqueiros ótimo. Mas a Dilma é a candidata do povo Brasileiro. Nós aprendemos a andar de cabeça erguida, e não vai ser nenhum banqueiro, brasileiro ou estrangeiro, que vai dizer quem é bom pra gente votar. Eles têm que saber que o povo brasileiro não é gado que anda tangido. Nós somos seres humanos que pensamos enxergamos falamos que tomamos decisão. Quem é Dilma quem? Essa moça que foi presa 20 anos, porque queria a democracia nesse país. Aonde estava Aécio quando a Dilma estava presa lutando pela democracia dele. O comportamento dele não é o comportamento de um candidato, de alguém que tem responsabilidade. É o comportamento de um filhinho de papai.

(Imagens de Dilma tirando fotos e saudando eleitores nas ruas)

Narrador: Vem pra rua você também! Porque a Mudança não pode parar!

Descrição do Programa do PSDB em 21/10/2015

(Enquanto o narrador fala, diversas imagens de jornais e sites ilustram o que é dito)

Narrador:(Imagem do site da BBC com a manchete “Brasil terá o 4 ano seguido de crescimento abaixo da América Latina, prevê Cepal) Dilma fez o país crescer menos do que a maioria dos países da América do Sul. (Site O Globo, “Brasil continua com a maior taxa de juros reais do mundo”) Dilma fez o Brasil ter as mais altas taxas de juros do mundo.(Manchete “Brasileiro trabalha 5 meses e um dia só para pagar imposto”) Dilma fez o Brasil ter a maior carga de impostos da história da nossa história. A Mudança é 45.

(Lima Duarte, Apresentador)

Lima Duarte: Eu tenho 85 anos não preciso mais votar. A muito tempo que eu não preciso mais voltar. E a muito tempo que eu faço questão absoluta de votar. Especialmente porque eu acredito nas pessoas, como eu acredito agora que mudança de verdade é Aécio.

(Aécio em estúdio)

Aécio: “O início do segundo turno foi muito importante para o nosso projeto de mudança. Nós recebemos inúmeros apoio. O apoio por exemplo do partido e da família de Eduardo Campos, o apoio da Marina e o apoio de outras importantes forças políticas. Mas também da sociedade brasileira. As forças que querem mudar, elas estão cada vez mais unidas em torno do mesmo projeto, um novo e ousado projeto de país... O segundo turno também começou marcado por muitas agressões. O que é uma pena, olha eu não tenho o menor problema em aceitar críticas, isso faz parte do jogo político, e de toda campanha, mas quando crítica se transforma em ataque e quando esse ataque se transforma em mentira aí é mais grave ainda, e quando a mentira é anônima aí a campanha vai para a lama...”

(Multidão em Copacabana cantando o hino nacional em carreata e passeata com Aécio. Depois entra outra cena dele em campina grande, no recife e em outras cidades. Sempre em campanha)

(Diversas imagens de pessoas e lugares de todas as partes do Brasil. Vão se misturando a imagens de Aécio em campanha pelo país cumprimentando eleitores e participando de comícios carreatas etc.)

Brasil chamando pode vir pode chegar/ Por esse país inteiro a mudança ta no ar! / Agora é Aécio. Vamos lá. É o Brasil inteiro querendo mudar! Agora é Aécio!

(Aécio em estúdio.)

Aécio: “Chegamos na última semana da campanha eleitoral, e um sentimento novo está tomando conta. No Brasil inteiro em todas as regiões, em todos os estados o sentimento da mudança. As pessoas querem um Brasil diferente e eu tenho presenciado isso. Eu tenho a me emocionado com isso em todos os lugares por onde passo. E pode ter certeza essa mudança que começa a partir desse entusiasmo dessa crença das pessoas que com seu voto podem ajudar a fazer um país diferente, a partir do dia 26, no próximo domingo, pode se transformar em uma nova realidade. Nós merecemos um país que cresça e se desenvolva que respeite as pessoas independente da sua religião, da região onde vive....”

Repetição das cenas de propostas de Aécio para segurança, saúde e educação.

Narrador: O Brasil quer mudar. E a mudança é Aécio!

(Calendário mostrando que faltam 5 dias para as eleições)

Narrador: Faltam 5 dias para você mudar o Brasil.

(Josélia Marques, Sirinhaém – PE)

Joséli: Eu acredito claramente que o Aécio vem com todas essas mudanças para que assim possamos estar no mesmo patamar. Seja Nordestino, seja pessoas do Sul, Sudeste. Enfim, é o povo. O povo brasileiro querendo mudança.

(Rafael Roberto Pereira, Ouro Preto-MG)

Rafael: Ele melhorou Minas, melhorou Ouro Preto e vai melhorar o Brasil.

(Franciele Monteiro, Porto Alegre – RS)

Franciele: Eu acho que foi bem a cara da mudança mesmo, a força que o Brasil precisa chamou, Aécio. Isso aí.

Repetição da cena da paródia da música de Ivete Sangalo.

Repetição da cena em que acusa Dilma de estar mentindo sobre a Integração do São Francisco.

Repetição da fala de Rosa Maria Murtinho

Descrição do Programa do PT em 22/10/2015

(Cantor Lirinha em estúdio de gravação musical.)

Lirinha: Vamos Dilma presidente com a força da verdade. (Imagens dos meninos do Dream team do passinho dançando na praia) Em busca dos nossos sonhos. Fé, amor e liberdade. Viver é também chorar, mas não podemos deixar de todo dia regar a flor da felicidade.

(Diversos artistas e cantores aparecem em um estúdio de gravação musical cantando juntos, Entre eles Serjão Lorosa, Antônio Pitanga, Chico Cesar, Tereza Cristina, Otto)

Cultura presente! Dilma presidente! O povo presente com coração valente./ Um novo Brasil, um novo amanhecer.

(Imagens da agitação e animação dos eleitores de Dilma nas ruas)

Narrador: Cresce a certeza que é Dilma novamente. (Dilma joga beijo de cima de carreta) É o que dizem as pesquisas divulgadas ontem! Dilma dispara na liderança

Veja as pesquisas divulgadas ontem Datafolha: Dilma com 52%, Aécio 48%. No Vox Populi a mesma vantagem. 52 x 48. Na reta final o Brasil é mais Dilma. O Brasil é 13.

(Dilma em estúdio)

Dilma: “Ao longo desta campanha provamos que o Brasil de hoje é muito mais forte do que aquele

de anos atrás. Os fatos estou aí mesmo enfrentando uma grave crise internacional, preservamos salários geramos mais de 5 milhões 700 mil empregos e alcançamos as menores taxas de desemprego da nossa história. Tiramos 22 milhões de brasileiros da miséria. E o Brasil saiu do mapa da fome. Fizemos do Minha Casa Minha Vida o maior programa habitacional da nossa história. E do PRONATEC o maior programa de ensino técnico e da qualificação profissional. Abrimos como Nunca as portas da educação. Da creche até a pós-graduação. Tivemos coragem para criar programas como o Mais Médicos e estamos realizando o maior conjunto de obras de mobilidade urbana e de infra estrutura das últimas décadas....”

(Atriz em estúdio)

Atriz: Com Dilma o campo encontrou o apoio que sempre faltou nos governos tucanos olha só: os recursos do plano safra, que financia a nossa produção agropecuária não chegavam a 21 bilhões no ano safra de 2002/2033. Agora já chegou a mais 156 bilhões. O seguro agrícola alcançou uma cifra recorde 700 milhões...

Narrador: Hoje graças a força do agronegócio o Brasil é o maior exportador mundial de açúcar, café, suco de laranja, soja em grãos, carne bovina, carne de frango e óleo de soja....

(Paulo Carneiro, Vice-presidente da federação da agricultura de Tocantins)

Agricultor: Hoje a gente exporta pra China, pra Rússia. Então a gente hoje é um produtor interligado internacionalmente, então a gente tá muito bem e creio que se a gente continuar com essa nossa presidente da república a gente só tem a ganhar.

(Flavio Faedo, Produtor de Grãos)

Flavio: É o ganha ganha né? Não é um ganhando outro perdendo. Todos nós estamos ganhando com essa política agrícola do governo Dilma, do governo Lula.

(Kanymon Silva, Pequeno produtor)

Kany: Eu sou jovem, porém estou na fazenda com orgulho porque eu vejo que eu represento a alimentação da nação também. Hoje eu produzo para o Brasil.

(Dilma em estúdio)

Dilma: A verdade é que nossos produtores sejam eles de pequeno, médio ou de grande porte nunca tiveram tanto apoio para modernizar e ampliar seus negócios...

Narrador: “Dilma vem construindo ampliando e modernizando rodovias, portos, hidrovias e ferrovias que beneficiam o centro oeste e outras regiões que concentram a produção agrícola nacional...”

(Apresentador, em uma ferrovia)

Apresentador: Todo esse trabalho vai depender e muito da revitalização das nossas ferrovias que ficaram abandonadas durante décadas.

(Apresentador, em foco ao lado de um trem)

Apresentador: A boa notícia é que a Dilma já está recuperando esse atraso com grandes obras. (imagem de Dilma com um capacete de obras com o polegar levantado e Dentro da cabine como maquinista) É o caso da Ferronorte que liga cidades do alto Araguaia a Rondonópolis Mato Grosso. Aqui também foi construído o maior complexo intermodal da América Latina. São 383 hectares área equivalente a 900 campos de futebol.

(Raphael Kottel, Superintendente América Latina Logística)

Raphael: Pra gente ter um padrão de comparação um vagão padrão que é carregado aqui em Rondonópolis equivale a três carretas que rodam nas nossas rodovias.

Apresentador: Mas a principal obra ferroviária do país é a Norte-Sul traçado original de 1574 km ligando Açailândia no Maranhão a Anápolis em Goiás já foi concluído, e fez surgir grandes estruturas ao seu redor como o Porto Seco e o Terminal Intermodal de carros em Anápolis. Mas Lula e Dilma decidiram ampliar ainda mais a ferrovia para ligar desde o Pará até o Rio Grande do Sul. É parte desse novo traçado que Aécio mostrou em seu programa para falar que a obra está incompleta, sem explicar que o trajeto original da Norte-Sul já está pronto e sem reconhecer o que Dilma vem já vem fazendo. O que os governos tucanos nunca fizeram.

Dilma: O Brasil ficou décadas sem investir em suas ferrovias. Isso causou grandes prejuízos ao país e aos nossos produtores. Estamos recuperando esse tempo perdido e concluímos a antiga Norte-Sul e outros dois mil e quinhentos quilômetros estão em obras e quatro mil em processo de concessão. Ou seja o Brasil vai voltar a andar nos trilhos reduzindo custos e ganhando tempo e segurança no transporte de sua produção.

Apresentador: Tudo isso não deixa dúvidas. Com Dilma a produção brasileira vai andar mais rápido e com custos menores gerando milhares de empregos e movimentando toda nossa economia.

Apresentador: Isso é planejamento e sua experiência e visão de futuro isso é Dilma. (Dilma dentro da cabine do trem em movimento sorrindo para a câmera)

(Diversas imagens de Dilma saudando eleitores e imagens de multidões reunidas com bandeiras e cores de Dilma)

Narrador: Está chegando a hora! Domingo o Brasil vai decidir o seu futuro, E o que se vê nas ruas é isso, mobilização, participação. E muita garra para defender um país com mais avanços sociais, mais empregos e melhores salários.

Repetição de cena de Lula pedindo voto e reflexão sobre as diferenças entre os governos do PT e do PSDB.

(Imagens de Dilma pulando com eleitores)

Coro: Dilma é 13

(Termina com Dilma Abraçando uma senhora negra idosa que estava na grade para vela)

Descrição do Programa do PSDB em 22/10/2015

Discurso em que Aécio desmente críticas e acusações a ele e ataca a campanha de Dilma afirmando que esta é mentirosa.

Aécio: "... É momento de debates é momento de confirmação de valores, de fortalecimento da democracia. Mas infelizmente não é isso está acontecendo no Brasil essa eleição vai ficar marcada pela mentira, pela calúnia dos aniversários, pela covardia. Segundo levantamento de um importante jornal nacional, nesse segundo turno de 22 peças publicitárias produzidas pela campanha da minha adversária 19 foram para me atacar e apenas 3 para falar de propostas. Onde eu vou eu sou procurado por pessoas assustadas, beneficiários do bolsa família estão sendo aterrorizados com a mentira de que eu iria acabar com programa. Não vou, vou manter o bolsa família. Famílias que estão inscritas no Minha Casa Minha Vida estão recebendo ligações dizendo que eu iria cancelar o programa não vou, vou mantê-lo, vou aprimorá-lo..."

(Numa tela dividida duas pessoas, uma em cada lado. Uma mulher com roupas simples e aparência de empregada doméstica num fundo vermelho e um rapaz de camisa social aberta cabelo Black Power num fundo amarelo.)

Mulher: Para o PT o inimigo é o Aécio.

Rapaz: Para Aécio a inimiga é a Inflação.

Mulher: Para o PT o inimigo é o Aécio.

Rapaz: Para Aécio a inimiga é a incompetência.

Mulher: Para o PT o inimigo é o Aécio.

Rapaz: Para Aécio a inimiga é a falta de crescimento.

Mulher: Para o PT o inimigo é o Aécio.

Rapaz: Para Aécio a inimiga é a corrupção.

(Frase em fundo azul)

Narra: E aí, quem você acha que está lutando pelo Brasil?

Marina Silva em estúdio.

Marina Silva: Domingo é um dia muito importante. O dia em que a gente pode mudar de verdade o Brasil, com seu voto. E por quê mudar? Estamos diante da volta da inflação que corrói o salário dos trabalhadores. O dinheiro dos nossos impostos está escorrendo em casos de corrupção que envergonham o país. Espalha o medo, parte para ataques pessoais, ao invés de bater projetos e soluções porque sabe que assim evita expor as fraquezas e os erros do seu governo. Eduardo Campos e eu fomos vítimas dessa estratégia destrutiva e agora a mesma coisa está acontecendo com o Aécio. É hora de recuperarmos a esperança. Aécio assumiu publicamente fortes compromissos com o povo brasileiro. Com esses compromissos Aécio acende uma luz na escuridão dessa campanha eleitoral. O voto é você que decide use a sua liberdade de cidadão, não se deixe intimidar por acusações sem fundamento que a campanha da candidata Dilma vem fazendo a Aécio. Eu sei que a partir de 1º de janeiro Aécio pode começar as mudanças que tanto queremos e que o Brasil precisa. Vamos nos unir em direção a um futuro melhor para todos, peço que você participe do movimento de mudança que o Aécio representa no domingo é 45 para mudar o Brasil.

Repetição da cena em que figuras públicas apoiam Aécio.

Repetição da cena de acusação de Dilma ter mentido sobre as obras do São Francisco.

Descrição do Programa do PT em 22/10/2015

(Cantor Lirinha em estúdio de gravação musical.)

Lirinha: Vamos Dilma presidente com a força da verdade. (Imagens dos meninos do Dream team do passinho dançando na praia) Em busca dos nossos sonhos. Fé, amor e liberdade. Viver é também chorar, mas não podemos deixar de todo dia regar a flor da felicidade.

(Diversos artistas e cantores aparecem em um estúdio de gravação musical cantando juntos, Entre eles Serjão Lorosa, Antônio Pitanga, Chico Cesar, Tereza Cristina, Otto)

Cultura presente! Dilma presidente! O povo presente com coração valente./ Um novo Brasil, um novo amanhecer.

Cenas de figuras públicas dando apoio genérico a Dilma.

Narrador: Cresce a certeza que é Dilma novamente. (Dilma joga beijo de cima de carreta) É o que dizem as pesquisas divulgadas ontem! Dilma dispara na liderança

Veja as pesquisas divulgadas ontem Datafolha: Dilma com 52%, Aécio 48%. No Vox Populi a mesma vantagem. 52 x 48. Na reta final o Brasil é mais Dilma. O Brasil é 13.

(Dilma em estúdio)

Dilma: “ ...Os fatos estou aí mesmo enfrentando uma grave crise internacional, preservamos salários geramos mais de 5 milhões 700 mil empregos e alcançamos as menores taxas de desemprego da nossa história. Tiramos 22 milhões de brasileiros da miséria. E o Brasil saiu do mapa da fome. Fizemos do Minha Casa Minha Vida o maior programa habitacional da nossa história. E do PRONATEC o maior programa de ensino técnico e da qualificação profissional. Abrimos como Nunca as portas da educação. Da creche até a pós-graduação...”

(Atriz em estúdio)

Atriz: Com Dilma o campo encontrou o apoio que sempre faltou nos governos tucanos olha só: os recursos do plano safra, que financia a nossa produção agropecuária não chegavam a 21 bilhões no ano safra de 2002/2033. Agora já chegou a mais 156 bilhões. O seguro agrícola alcançou uma cifra recorde 700 milhões. Dilma também sancionou o novo código florestal que deu segurança política aos produtores. Baixou juros e criou o programa de crédito que entre outros benefícios facilitou a compra de máquinas e equipamentos (Imagens de trapresentadores) e à construção de armazéns (Imagens de enormes silos) para estocar a produção. Quer ver resultado de todo esse apoio? De 2002 para cá a nossa produção agrícola saltou de 97 milhões pra mais de 193 milhões

de toneladas. Um recorde histórico, e sabe o que isso significa? Mais comida na mesa dos brasileiros, mais exportações e mais recursos para nossa economia.

(Diversas imagens de colheitadeiras e agricultores passam na tela)

Narrador: Hoje graças a força do agronegócio o Brasil é o maior exportador mundial de açúcar, café, suco de laranja, soja em grãos, carne bovina, carne de frango e óleo de soja. O segundo de milho e farelo de soja. Quarto em carne suína, quinto em algodão. E todos os que trabalham no campo desde a cultura familiar até um grande produtor sabe que tem apoio para crescer.

(Paulo Carneiro, Vice-presidente da federação da agricultura de Tocantins)

Agricultor: Hoje a gente exporta pra China, pra Rússia. Então a gente hoje é um produtor interligado internacionalmente, então a gente tá muito bem e creio que se a gente continuar com essa nossa presidente da república a gente só tem a ganhar.

(Flavio Faedo, Produtor de Grãos)

Flavio: É o ganha ganha né? Não é um ganhando outro perdendo. Todos nós estamos ganhando com essa política agrícola do governo Dilma, do governo Lula.

(Kanymon Silva, Pequeno produtor)

Kany: Eu sou jovem, porém estou na fazenda com orgulho porque eu vejo que eu represento a alimentação da nação também. Hoje eu produzo para o Brasil.

(Dilma em estúdio)

Dilma: A verdade é que nossos produtores sejam eles de pequeno, médio ou de grande porte nunca tiveram tanto apoio para modernizar e ampliar seus negócios. Vamos continuar neste rumo. Mas sou a primeira a reconhecer que eles ainda enfrentam muitos problemas para transportar a produção até os centros consumidores e os portos. Exatamente por isso iniciei um conjunto de obras que vai mudar essa situação. Que fique claro o resultado final desse trabalho se dará no médio prazo, mas importantes resultados já começam a aparecer. O fato é que já estamos avançando e criando a infraestrutura logística que o Brasil precisa e merece.

(Imagens de trens, rodovias e portos ilustram a cena)

Narrador: Dilma vem construindo ampliando e modernizando rodovias, portos, hidrovias e ferrovias que beneficiam o centro oeste e outras regiões que concentram a produção agrícola nacional. Sua meta é integrar todas essas modalidades de transporte em torno de quatro grandes corredores logísticos. (Um mapa do Brasil aparece na tela e conforme o narrador dita os corredores estes aparecem marcados no mapa) O corredor Madeira Amazonas. O corredor Tapajós. O corredor Tocantins e o corredor Leste-Oeste. Novas rotas de transporte em direção aos terminais portuários que a iniciativa privada está construindo ao norte do país e que vai descongestionar os portos de Santos e Paranaguá e garantir que a produção chegue aos centros consumidores e ao mercado exterior de forma mais rápida segura e econômica.

(Apresentador, em uma ferrovia)

Apresentador: Todo esse trabalho vai depender e muito da revitalização das nossas ferrovias que ficaram abandonadas durante décadas.

(Apresentador, em foco ao lado de um trem)

Apresentador: A boa notícia é que a Dilma já está recuperando esse atraso com grandes obras. (imagem de Dilma com um capacete de obras com o polegar levantado e Dentro da cabine como maquinista) É o caso da Ferronorte que liga cidades do alto Araguaia a Rondonópolis Mato Grosso. Aqui também foi construído o maior complexo intermodal da América Latina. São 383 hectares área equivalente a 900 campos de futebol.

(Raphael Kottel, Superintendente América Latina Logística)

Raphael: Pra gente ter um padrão de comparação um vagão padrão que é carregado aqui em Rondonópolis equivale a três carretas que rodam nas nossas rodovias.

(Voz apresentador, imagens de trens)

Apresentador: Mas a principal obra ferroviária do país é a Norte-Sul traçado original de 1574 km ligando Açailândia no Maranhão a Anápolis em Goiás já foi concluído, e fez surgir grandes estruturas ao seu redor como o Porto Seco e o Terminal Intermodal de carros em Anápolis. Mas Lula e Dilma decidiram ampliar ainda mais a ferrovia para ligar desde o Pará até o Rio Grande do Sul. É parte desse novo traçado que Aécio mostrou em seu programa para falar que a obra está incompleta, sem explicar que o trajeto original da Norte-Sul já está pronto e sem reconhecer o que Dilma vem já vem fazendo. O que os governos tucanos nunca fizeram. (Imagens de Dilma no trem)

em

movimento)

(Dilma à frente de uma ferrovia)

Dilma: O Brasil ficou décadas sem investir em suas ferrovias. Isso causou grandes prejuízos ao país e aos nossos produtores. Estamos recuperando esse tempo perdido e concluímos a antiga Norte-Sul e outros dois mil e quinhentos quilômetros estão em obras e quatro mil em processo de concessão. Ou seja o Brasil vai voltar a andar nos trilhos reduzindo custos e ganhando tempo e segurança no transporte de sua produção.

(Apresentador, voz. Imagens de ferrovias)

Apresentador: Tudo isso não deixa dúvidas. Com Dilma a produção brasileira vai andar mais rápido e com custos menores gerando milhares de empregos e movimentando toda nossa economia.

(Apresentador nos trilhos de trem)

Apresentador: Isso é planejamento e sua experiência e visão de futuro isso é Dilma. (Dilma dentro da cabine do trem em movimento sorrindo para a câmera)

(Diversas imagens de Dilma saudando eleitores e imagens de multidões reunidas com bandeiras e cores de Dilma)

Narrador: Está chegando a hora! Domingo o Brasil vai decidir o seu futuro, E o que se vê nas ruas é isso, mobilização, participação. E muita garra para defender um país com mais avanços sociais, mais empregos e melhores salários.

Lula: Converse com sua família, seu vizinho seus amigos. Mobilize sua rua, seu bairro, sua escola, seus companheiros de trabalho para refletir sobre o que está e, jogo nessa eleição. É preciso mostrar quais são os interesses representados pelos dois candidatos. Não há dúvida que Dilma é a garantia de manter o rumo que o povo brasileiro precisa. Conto mais uma vez com vocês para construirmos juntos uma grande vitória. Dia 26 de outubro vote 13.

(Imagens de Dilma pulando com eleitores)

Coro: Dilma é 13

(Termina com Dilma Abraçando uma senhora negra idosa que estava na grade para vela)

Descrição do Programa do PSDB em 22/10/2015

(Aécio em estúdio)

Aécio: Minha amiga e meu amigo, eu vou interromper nesse momento a nossa campanha eleitoral para me dirigir com coração aberto a cada brasileiro, a casa brasileira, de todas as regiões do país. Um momento de uma eleição é um momento extremamente importante na vida de qualquer nação. É momento de debates é momento de confirmação de valores, de fortalecimento da democracia. Mas infelizmente não é isso está acontecendo no Brasil essa eleição vai ficar marcada pela mentira, pela calúnia dos aniversários, pela covardia. Segundo levantamento de um importante jornal nacional, nesse segundo turno de 22 peças publicitárias produzidas pela campanha da minha adversária 19 foram para me atacar e apenas 3 para falar de propostas. Onde eu vou eu sou procurado por pessoas assustadas, beneficiários do bolsa família estão sendo aterrorizados com a mentira de que eu iria acabar com programa. Não vou, vou manter o bolsa família. Famílias que estão inscritas no Minha Casa Minha Vida estão recebendo ligações dizendo que eu iria cancelar o programa não vou, vou mantê-lo, vou aprimorá-lo. Jornais anônimos são espalhados por todo país com mentiras e falsas e acusações funcionários de bancos e empresas públicas como o Banco do Brasil, a Caixa Econômica Federal, os Correios, a Petrobras entre outras estão assustados com os avisos de que eu iria privatizar essas instituições. É mentira vou fortalece-las, vou valorizar os funcionários de carreira. Em uma covarde onda de falsidade e de calúnias, tentam jogar na lama o nome honrado da minha família. Tentam jogar na lama o meu nome honrado construída em uma vida pública de mais de 30 anos de dedicação a Minas e ao Brasil eles mentem sobre os resultados do nosso governo em Minas governo reconhecido internacionalmente e que o próprio governo federal do PT reconheceu publicamente diversas vezes pela qualidade dos resultados alcançados, em favor de todos os mineiros. As mesmas pessoas que chamaram Eduardo Campos de playboy agora me agridem. As mesmas pessoas que atacaram Marina Silva de forma cruel se voltam agora contra mim. E vão se voltar contra qualquer um que ameça permanência do PT no poder. Infâmias e gravíssimas mentiras são espalhadas contra mim nas redes sociais por um exército clandestino anônimo. Fotos e vídeos montados e adulterados de forma criminosa e sem nenhuma prova me acusam de comportamento pessoal criminoso. A campanha adversária tenta desqualificar do ponto de vista pessoal, de todas as formas. Chegaram insinuar de forma covarde que eu poderia ser desrespeitoso com as mulheres, ofendendo minha esposa, minha filha de 23 anos, minha mãe e todas as mulheres do Brasil. Eu pergunto a você porque tanto ódio? Porque tanto desrespeito? Hoje em função de tantas mentiras, milhões de brasileiros estão com medo. Mas eu digo vocês nós não precisamos ter medo do PT. Eu não tenho medo do PT. Se o preço que eu preciso pagar para ajudar os brasileiros a se libertarem e iniciarem um tempo novo no nosso país, se o preço for esse de enfrentar as infâmias espalhadas de forma covarde contra mim. Eu enfrento. Enfrento porque sei que no final a verdade vai prevalecer e essas mentiras só fortalecem a minha vontade de ganhar essa eleição, para dar ao Brasil e a cada

um de vocês, o governo decente que nós merecemos. Nesse momento eu olho nos olhos de cada brasileiro de cada uma das nossas regiões, e digo o Brasil que vai nascer nas urnas no próximo domingo não pode ser um Brasil nascido do terrorismo do medo, da chantagem, do ódio, da mentira, nós não merecemos isso. Nós queremos libertar o Brasil do medo. Nós queremos que o novo Brasil nasça da verdade da nossa esperança, da solidariedade, da alegria da nossa gente. Por isso eu peço aqui o seu apoio e o seu voto. Porque o que nós vamos escolher no próximo domingo não é apenas um novo pretendente é um novo país um país que respeite as diferenças e as liberdades que respeite a verdade do nosso povo. por isso eu peço mais uma vez venha com a gente pelo Brasil.

(Numa tela dividida duas pessoas, uma em cada lado. Uma mulher com roupas simples e aparência de empregada doméstica num fundo vermelho e um rapaz de camisa social aberta cabelo Black Power num fundo amarelo.)

Mulher: Para o PT o inimigo é o Aécio.

Rapaz: Para Aécio a inimiga é a Inflação.

Mulher: Para o PT o inimigo é o Aécio.

Rapaz: Para Aécio a inimiga é a incompetência.

Mulher: Para o PT o inimigo é o Aécio.

Rapaz: Para Aécio a inimiga é a falta de crescimento.

Mulher: Para o PT o inimigo é o Aécio.

Rapaz: Para Aécio a inimiga é a corrupção.

(Frase em fundo azul)

Narra: E aí, quem você acha que está lutando pelo Brasil?

Repetição das cenas em figuras públicas apoiam Aécio com declarações genéricas, com destaque Renata Campos e Marina Silva.

Repetição das cenas que acusam Dilma de mentir sobre a integração do São Francisco

Descrição do Programa do PT em 23/10/2015

Introdução: Governo Novo ideias novas.

(Imagens de milhares de pessoas que se reuniram para os comícios de Dilma.)

Narrador: (Imagens de diversas pessoas em sua maioria mulheres que tem no olhar muita emoção.) Uma onda feita de força e amor, esperança e coragem, tomou conta do Brasil. Há muito que uma campanha não me mexia tão profundamente as nossas mentes e corações. (Dilma

acenando e diversas pessoas extasiadas comemorando e acenando da volta) Há muito que uma campanha não resgatada o que a política tem de melhor o poder de mobilizar. Mostrando de que lado cada um de nós nos olhos esses dias tem sido assim em todo país, tem sido assim na nossa maior cidade. (Imagens de Dilma na PUC de São Paulo e milhares de pessoas a assistindo) No peito de São Paulo também bate um coração valente.

(Dilma em estúdio)

Dilma: Ninguém mais do que você sabe o quanto foi preciso batalhar para dar uma vida melhor a sua família. Essa vitória não é de ninguém é sua, mas uma coisa é certa ninguém é uma ilha, ninguém cresce nessa vida sozinho. Você cresceu porque o Brasil mudou, criou e ampliou oportunidades. O Brasil combateu a pobreza, criou milhões de empregos, valorizou o salário mínimo e investiu em qualificação. Para a vida mudar foi preciso governar olhando para as pessoas e não apenas para os números como faziam no passado. Deixo aqui a minha palavra nós lutamos tanto para garantir salários de empregos não vamos permitir que nada nesse mundo nem crise, nem inflação, nem pessimismo, nem falsas promessas, tire de você o que você já conquistou. O Brasil mudou para você crescer é assim que vai continuar sendo enquanto eu tiver a sua confiança para governar este país.

Apresentador: Dilma é a certeza que todos os programas e obras vão continuar.

Atriz: é a certeza também de que ideias novas para o Brasil

Apresentador: Quer ver?

Apresentador: Dilma vai criar o Pronatec Jovem Aprendiz e incentivar a contratação de jovens pelas micro e pequenas empresas.

(Atriz em estúdio)

Atriz: E na saúde vai criar o programa mais especialidades para reduzir a espera por consultas exames e tratamento com especialistas.

(Apresentadores em estúdio)

Apresentador: E com o programa segurança integrada.

Apresentador: Vai reunir as polícias federais e estaduais

Atriz: Com o apoio das forças armadas para combater o crime.

(Apresentadores em estúdio)

Apresentador: Dilma vai fazer mais.

Atriz: Com o Brasil sem Impunidades vai apresentar ao congresso 5 medidas para fechar o cerco aos corruptos.

Apresentador: Vai criar a casa da mulher brasileira em todas as capitais para apoiar a mulher vítima da violência doméstica.

Apresentador: E vai ampliar a faixa de financiamento do minha casa minha vida para que mais famílias realizem o sonho da casa própria.

Atriz: Dilma tem mais idéias novas.

Apresentador: Vai criar o Banda Larga para Todos e vai garantir internet rápida barata e segura para milhões de brasileiros.

Apresentador: E vai continuar melhorando a educação com a reforma do ensino médio a valorização dos professores e a ampliação do número de escolas de tempo integral

(Atriz em estúdio)

Atriz: Por tudo isso a gente sabe,

Apresentador: Dilma é a garantia de um Brasil com mais avanços

Apresentador: E mais futuro.

Rafael Mike: É claro meu Brasil que o 13 é melhor/ São milhões de corações numa batida só/(Imagens dos meninos do Dream Team)É o pobre no lugar onde nunca se viu/ é Dilma é guerreira apertando o play do Brasil./

Lirinha: Vamos Dilma presidente com a força da verdade/ em busca dos nossos sonhos, fé, amor e liberdade. / Viver é também chorar. / mas não podemos deixar de todo dia regar a flor da felicidade/

(diversos artistas e cantores aparecem em um estúdio de gravação musical cantando)

Cultura presente! Dilma presidente! O povo presente com coração valente. / Um novo brasil, um novo amanhecer o que a gente quer?!/ Dilma presidente! É o 13!! Um novo Brasil, pra mim e pra você! / o que a gente quer?/ Dilma novamente!

Corações valentes. Somos milhões! Um novo governo novas ideias novas missões! Caminhamos por mapas que não pisaremos mais! Nós erradicamos a fome e a miséria ficou pra traz. Aeroportos clandestinos, prisões vamos pensar! Redução da maior idade para nos exterminar! Perdeu, não adianta chorar. O amor que venceu o ódio e o povo que vai brilhar!

Mulher, mulher o que é gente que é Dilma novamente a mulher que vai cuidar da a gente alma guerreira coração valente . Por isso a nossa estrela vai brilhar e o Brasil vai ganhar...

Rafael Mike: É Dilma neles

(Cantor Otto em uma roda de Samba)

Otto: Esse samba é pra nossa grande presidenta Dilma Rousseff

Elza Soares: Eu acredito na sua força na sua garra

(Marina Lima, em show próprio)

Marina lima: Eu voto a favor de milhões de pessoas que saíram da pobreza.

Chico Buarque: Vou votar na Dilma dia 26 estamos lá.

Antônio Pitanga: É o 13!!

(Diversas imagens de eleitores de Dilma em grandes aglomerações)

Narrador: (Dilma dando a mão a eleitores) O Brasil se já mudou. (Dilma em um carro cumprimentando operários. O Brasil que quer seguir mudando. (Dilma abraçando eleitora e crianças) O Brasil que não quer voltar atrás, nem abre mão das suas conquistas. Este é o Brasil que nesta reta final de campanha faz questão de levar a sua força o seu carinho e o seu apoio a presidenta que garante um Brasil mais justo inclusivo e participativo.

(Imagens de milhares de pessoas nas ruas de Recife)

Narrador: É só ver o que aconteceu em recife. No domingo vários blocos tradicionais foram as suas para dizer que estão com Dilma

(Imagens do povo cantando e de Dilma em um carro aberto acenando)

Povo: Olê olê olê olá Dilma, Dilma! Viva o povo brasileiro!

(Imagens de Dilma no comício de Recife)

Narrador: E na quarta feira mais de 60 mil pessoas voltaram a ocupar o centro da cidade para reafirmar seu apoio à presidenta.

Povo: Dilma eu te amo.

Dilma: Eu amo vocês.

Narrador: São Paulo também se mobiliza por Dilma na segunda feira ela foi a Itaquera ir lá recebeu apoio de milhares e milhares de paulistas que mandaram o seu recado para todo Brasil

Negra Li: Eu e minha família sabemos a diferença de um governo do PSDB e do PT. por isso estou aqui porque o PT é pela periferia é pelos humildes.

Eu lembro nos anos 90 quando um jovem preto de periferia não podia sonhar com a faculdade e agora eu vejo vários irmãos cursando uma faculdade sonhando com uma casinha mudança é isso aqui é o Brasil falando por ele certo?

(Elaine Cristina, Fórum de Cultura da Zona Leste)

Elaine: Os movimentos de cultura da zona leste decidiram apoiar a presidente Dilma porque aqui em São Paulo a gente sabe o que é o governo do PSDB.

(Lula fala para pessoas em São Paulo)

Lula: A muito tempo a gente não via uma quantidade de jovens participando de um evento político como a gente está vendo aqui. A seis meses atrás eles estavam eles tentavam insinuar que a juventude de hoje não gostava de política. E eles tentaram fazer a juventude negar a política falando mal a vida inteira da política. A resposta que a gente vai dar para eles é a vitória da Dilma no dia 26 de outubro.

(Dilma fala para pessoas em São Paulo)

Dilma: Nós temos de comparar esses dois projetos de Brasil. Um Brasil que sabe, que antes podia

batalhar o que quisesse, que não conquistava uma vida melhor. Agora não! Agora nós temos condições de ter uma vida melhor cada vez melhor e é isso que vai estar sendo julgado no dia 26.

(Dilma no teatro TUCA-PUC-SP)

Narrador: Depois de Itaquera, Dilma foi ao encontro de artistas, intelectuais e representantes de movimentos sociais no teatro TUCA na PUC de São Paulo. A recepção foi impressionante.

(Milhares de pessoas reunidas à frente do teatro. Ao som do canto vemos a multidão pulando e Dilma Também)

Povo: Quem não pula é tucano, quem não pula é tucano, quem não pula é tucano!

Narrador: Dentro do teatro a vibração se repetiu.

(Antônio Nóbrega; Musico e Coreografo)

Antônio: Viva Dilma

(Bresser Pereira, Economista)

Bresser: Estou aqui para convocar os intelectuais brasileiros, a votarem na reeleição de Dilma Rousseff.

(Fernando Moraes, Escritor e Jornalista)

Fernando: Em vez de fazer um discurso todo cheio de solilóquio eu leio as razões pelas quais eu vou votar na Dilma. Ai deu isso aqui ó... (Uma lista longa como um pergaminho vai até o chão)

(Dilma para as pessoas da reunião)

Dilma: Aqui em São Paulo, mais uma vez, se mostram as consequências da visão que não tem responsabilidade com questão pública do abastecimento fundamental de uma população. A energia elétrica é um caso, a água é outro. De hoje até o dia 26 vamos disputar cada voto que a gente puder juntos vamos ganhar essa eleição.

(Imagens da multidão as portas do teatro)

Mulher(voz): Viva Dilma!!

Descrição do Programa do PSDB em 23/10/2015

(Imagem de gráfico mostrando a Vantagem de Aécio e Uma sequência de imagens de pessoas digitando o número 45 em aparelhos eletrônicos ilustram o que é dito)

Narrador: E atenção! Pesquisa Veritá que ouviu 7.700 eleitores em todo Brasil mostra Aécio na liderança. Seis pontos à frente de Dilma. É a mudança chegando é o Brasil com Aécio. Está nas suas mãos, se você quer mudar, você pode mudar. É só digitar 45 na urna eletrônica.

Faixa verde e amarela passa por diversos pontos turísticos brasileiros e por pessoas do povo)

Música: Agora é Aécio, vamos lá. É o Brasil inteiro querendo mudar. Agora é Aécio!

(Aécio em estúdio)

Aécio: O início do segundo turno foi muito importante para o nosso projeto de mudança. Nós recebemos inúmeros apoio. O apoio por exemplo do partido e da família de Eduardo Campos, o apoio da Marina e o apoio de outras importantes forças políticas. Mas também da sociedade brasileira. As forças que querem mudar, elas estão cada vez mais unidas em torno do mesmo projeto, um novo e ousado projeto de país. E essa força, ela é fundamental para que a gente possa mudar de verdade as coisas no nosso país. O Brasil minha amiga, meu amigo, não precisa só de um bom presidente, ele precisa de todas as pessoas de bem que amam este país e que estão dispostas a deixar as diferenças de lado para construir um futuro melhor para todos. Essa é a grande mudança em que eu acredito. Um Brasil mais forte, um Brasil mais moderno, um Brasil mais justo para todos. Hoje todos aqueles que querem mudar tem que estar unidos. E juntos nós vamos dar um grande passo. Vamos ganhar as eleições no próximo domingo e dar ao Brasil um governo que a muito tempo todos nós brasileiros merecemos.

(Josélia Marques, Sirinhaém – PE)

Josélia: Eu acredito claramente que o Aécio vem com todas essas mudanças para que assim possamos estar no mesmo patamar. Seja Nordeste, seja pessoas do Sul, Sudeste. Enfim, é o povo. O povo brasileiro querendo mudança.

(Lima Duarte, Apresentador)

Lima Duarte: A muito tempo que eu não preciso mais voltar. E a muito tempo que eu faço questão absoluta de votar. Especialmente porque eu acredito nas pessoas, como eu acredito agora que mudança de verdade é Aécio.

(Homem negro com a camisa do Brasil, na rua)

Homem: A gente está querendo uma mudança e a mudança está chegando aí. Vamos votar no Aécio e ver o que ele vai poder fazer por nós.

(Rosa Maria Murtinho, atriz)

Rosa Maria Murtinho: A gente não quer mudar? Não fomos para rua o ano passado o Brasil inteiro por mudança? Então, agora é a hora. Aproveita porque a mudança de verdade como a gente quer é Aécio.

(Jeremias Alvez, Sirinhaém, PE)

Jeremias: Se deus quiser no dia 1º de janeiro, quando ele ganhar esta eleição, ele com certeza vai mudar o rumo deste país.

(Oscar Schmidt, ex jogador de Basquete)

Oscar Schmidt: Você que está em dúvida em que eu vou voltar? Eu vou voltar no Aécio. Minha família toda vai votar no Aécio. Não fique em dúvida. Vote nele.

(Antonio, São Paulo, SP)

Antonio: O Aécio tem caráter, é bom administrador, levou o estado de Minas as alturas.

Romário: Não vamos deixar esses que estão aí a 12 anos levar essa eleição na marra. Conto com força do Brasil e do meu Rio de Janeiro. Que votou em mim pela mudança. Para irmos juntos agora com Aécio no próximo domingo vamos cravar 45 e votar na mudança. A mudança é agora. É Aécio Brasil!

(João Monteiro, Sirinhaém, PE)

João: Chegou a hora da mudança. Eu acho que Aécio representa isso.

(Renata Campos, em casa)

Renata Campos: Aécio hoje representa não um partido, mas um conjunto de forças se juntaram nesse 2 turno, procurando dar esse salto e trilhar esse caminho da mudança que o Brasil pediu nas urnas.

(Adriano Lopes, Sirinhaém, PE)

Adriano: É Aécio para mudar o Brasil!

(Maria Padilha, Atriz)

Maria: Eu acho que, com ele, nós estaremos caminhando para melhorar o que nós já temos, consertar o que nos perdemos e construir o que nos ainda precisamos.

(Zico, Ex jogador de futebol)

Zico: É aquele cara que fala que vai fazer e faz.

Milton Gonçalves: Eu estou emocionado em participar desse importante momento para a democracia brasileira. E o responsável por isso está aqui ao meu lado, o nosso presidente Aécio se deus quiser e ele há de querer.

Aécio: amém.

Narrador: Segurança (a palavra segurança vem escrita na tela em azul e ao fundo a imagem de uma criança abraçada a mãe em amarelo) (Na tela o mapa do Brasil aparece em azul com o desenho de um guarda e uma barreira ilustrando junto a frase Controle Rígido nas Fronteiras) Aécio vai controlar com maior rigor as fronteiras do Brasil por onde entram as armas e drogas que alimentam a violência aumentar a repressão e punição do tráfico.

(Aécio em estúdio)

Aécio: Com o programa Guardiões das Fronteiras nós vamos controlar com muito mais rigor as fronteiras do Brasil que é por onde entram as armas e as drogas que alimentam aqui a violência.

Narrador: Na Saúde Aécio vai organizar e fazer funcionar melhor o que já existe. Vai criar os consultórios populares de saúde para acabar de vez a demora das consultas com

especialistas.(desenho mostrando uma ampulheta sendo cortada em vermelho ao lado do desenho grande de um médico que olha pra essa figura)

Aécio em estúdio)

Aécio: Vamos investir na saúde dez por cento do que o governo arrecada com impostos e contribuições.

Narrador: Aécio também vai fazer 500 centros “ saúde de uma vez” com consultas exames e remédios (desenho de médico prescrevendo uma receita de remédio com o símbolo de soma(+) e frasco de remédio) juntos num único lugar.

(Aécio em estúdio)

Aécio: Com hora marcada e transporte exclusivo isso é respeito e atenção.

Narrador: Aécio vai levar para todo o país o programa “poupança jovem”.

(Aécio em estúdio)

Aécio: Para que os jovens concluam o Ensino Médio recebendo uma poupança no final do curso.

Narrador: A cada ano o governo deposita um valor que o aluno poderá sacar no final do curso para iniciar uma nova etapa de sua vida. (Desenho de um porco, um martelo o quebra fazendo aparecer o desenho que uma menina com head-fone na cabeça, um homem de terno e um rapaz de boné, gravata e mochila) Aécio vai Fundar a Nova Escola Brasileira e ampliar a escola em tempo integral.

(Aécio em estúdio)

Aécio: Vamos equipa-las adequadamente e garantir avanços na formação e na remuneração dos professores.

Narrador: O Brasil quer mudar. E a mudança é Aécio!

(Markone, Grafiteiro)

Markone: Meu nome é Markone artista brasileiro eu colaboro para um país melhor junto com Aécio 45 para mais cultura mais lazer para o nosso país.

(Renato Taroba, Skatista/ apresentador)

Renato Taroba: voto consciente Aécio neves 45. Único presidente que procurou para trocar ideia com a galera dos esportes urbanos.

(Cada palavra, Aparece á frente de fotos de pessoas sorrindo)

Grupo: Brasil mudança Aécio sou 45.

Marina Silva, em estúdio)

Marina Silva: A vitória na eleição não deve ser um prêmio, para quem ataca mais, para quem espalha mais boatos e provoca mais medo. A disputa deve ser de ideias e propostas. Propostas para baixar inflação, para melhorar a saúde, a educação, a segurança. Os brasileiros sonharam com uma grande mudança e ela é possível. Mudar o governo é o primeiro passo. Eu vou votar no Aécio para começar um novo debate político. Para o Brasil encontrar novos caminhos.

(Jovens jogam bola na praia ao pôr do sol com a melodia da campanha sendo assobiada. Um garoto chuta a bola e ela vem para a tela se transformando no símbolo da campanha de Aécio.)

Aécio: Um sentimento novo está tomando conta. No Brasil inteiro em todas as regiões, em todos os estados o sentimento da mudança. As pessoas querem um Brasil diferente e eu tenho presenciado isso. Eu tenho a me emocionado com isso em todos os lugares por onde passo. E pode ter certeza essa mudança que começa a partir desse entusiasmo dessa crença das pessoas que com seu voto podem ajudar a fazer um país diferente, a partir do dia 26, no próximo domingo, pode se transformar em uma nova realidade. Nós merecemos um país que cresça e se desenvolva que respeite as pessoas independente da sua religião, da região onde vive. Um país que se desenvolva em benefício de todos. Cada abraço que eu recebo, cada sorriso, cada palavra de afeto e confiança isso revigora em mim a crença de que nós podemos sim mudar o Brasil. E você que ainda não tomou sua decisão Que esta avaliando a proposta dos dois candidatos. Eu te faço um convite venha a gente. Que você vai se orgulhar muito de um governo decente, eficiente, um governo que vai mudar de verdade o Brasil.

Repetição das cenas de apoio genérico de figuras públicas

Acusação de que Dilma mentiu sobre a obra do São Francisco, cena idêntica a dos programas anteriores.

Descrição do Programa do PT em 24/10/2015

Introdução

Governo novo, ideias novas!

Apresentador: Toda campanha é a mesma coisa. Na reta final quando todas as pesquisas indicam a liderança de um candidato do PT seja ele Lula ou Dilma, a revista Veja solta uma denúncia supostamente bombástica numa tentativa vergonhosa de reverter uma decisão popular. Aconteceu de novo agora. A Veja que está chegando as bancas tenta implicar Lula e Dilma no escândalo da Petrobras. Não há nenhuma prova do que a revista diz mas para a Veja isso é o de menos. O que importa mesmo é tentar de todas as maneiras evitar a vitória de Dilma. Mesmo que para isso todas as regras da ética e da decência sejam atropeladas. Infelizmente esse comportamento apelativo tem sido rotineiro na Veja.

(A fala agora é acompanhada das imagens das capas da Veja que estão sendo mencionadas)
Apresentador (vos): Em 98 por exemplo a revista usou o MST para aterrorizar os eleitores. A mesma tática do medo foi usada em 2002. Denúncias que nunca foram comprovadas também sempre fizeram parte do cardápio da Veja. Assim como os ataques gratuitos e preconceituosos contra o PT e o governo. A tática do medo voltou com força total na campanha de 2006. Em 2010 ano, de eleição de Dilma, o velho truque de amedrontar os eleitores foi repetido várias e várias vezes. Nenhuma dessas supostas denúncias foram capazes de reverter o resultado das urnas mas a revista não desiste. Cega pelo ódio ao PT e a tudo que é popular ela não se importa de insistir no erro de sempre. E assim escreve um dos mais tristes capítulos da história do jornalismo brasileiro.

(Entra Dilma vestida de Branco)

Dilma: Minhas amigas e meus amigos eu gostaria de encerrar minha campanha na TV de outra forma. Mas não posso me calar frente esse ato de terrorismo eleitoral articulado pela revista Veja e seus parceiros ocultos. Uma atitude que envergonha a imprensa e agride a nossa tradição democrática. Sem apresentar nenhuma prova concreta, mais uma vez baseando-se em supostas declarações de pessoas do submundo do crime. A revista tenta envolver diretamente a mim e ao presidente Lula nos episódios da Petrobras que estão sob a investigação da justiça. Todos os eleitores sabem da campanha sistemática que esta revista move a anos contra Lula e contra mim. Mas dessa vez a Veja excedeu todos os limites. Desde que começaram as investigações sobre ações criminosas do Sr. Paulo Roberto Costa, Eu tenho dado total respaldo ao trabalho da Polícia Federal e ao Ministério Público. Até a sua edição de hoje, as vésperas da eleição e que todas as pesquisas apontam minha nítida vantagem sobre meu adversário a maledicência da Veja se limitava insinuar que eu poderia ter sido omissa na apuração dos fatos. Isso já era um absurdo, isso já era uma tremenda injustiça. Hoje a revista excedeu todos os limites da decência e da falta de ética, pois insinua que eu teria conhecimento prévio dos malfeitos na Petrobras e que o presidente Lula seria um de seus articuladores. A revista comete essa barbaridade essa infâmia contra mim e Lula sem apresentar a mínima prova. Isso é um absurdo isso é um crime. É mais do que clara a intensão malévola da Veja em interferir de forma desonesta e desleal nos resultados das eleições. A começar pela antecipação da sua edição semanal para hoje, Sexta-feira. Quando normalmente chega às bancas no Domingo. Mas como das outras vezes e em outras eleições Veja vai fracassar no seu intento criminoso. A única diferença é que desta vez ela não ficará impune. A justiça livre deste país seguramente vai condená-la por este crime. Ela e seus cúmplices tampouco conseguirão sucesso no seu intento de confundir o eleitor. O povo brasileiro tem maturidade suficiente para discernir entre a mentira e a verdade. O povo brasileiro sabe que não compactuo e nunca compactuei com a corrupção. A minha história é um testemunho disso. E sabe que farei o que for necessário do a quem doer. Toda vez que houver necessidade de investigar e de punir os que mexem com o patrimônio do povo. Sou uma defensora intransigente da liberdade de imprensa, mas a consciência livre da nação não pode aceitar que mais uma vez se divulgue falsas denúncias

no meio de um processo eleitoral em que o que está em jogo é o futuro do Brasil. Os brasileiros darão sua resposta a Veja e seus cúmplices, nas urnas, e eu darei a minha resposta a eles na justiça.

Atriz: A razão para essa cartada desesperada da Veja está na cara. São as pesquisas que desde o início da semana apontam Dilma na liderança da corrida presidencial. Ontem mesmo saíram as novas pesquisas do Datafolha e do Ibope. As duas apontam que Dilma disparou na frente.

(Entra um quando do Data Folha que mostra que Dilma foi de 52% para 53% e Aécio caiu de 48% para 47%. E do Ibope mostrando que Dilma saiu de 49% para 54% e Aécio caiu de 51% para 46%. Com o narrador falando essas informações. Ao fundo imagem de uma multidão ovacionando Dilma em carreta)

Atriz: É isso que explica o desespero da Veja, mas fica a certeza. Nada será capaz de conter a vontade popular.

(Imagens de Dilma sendo ovacionada enquanto entra a voz de Lula e após ele próprio fazendo o discurso para uma multidão)

Lula: A resposta que a gente vai dar pra eles (sendo enérgico, gritando:) é a vitória da Dilma no dia 23 de outubro.

(Dilma para multidão)

Dilma: Somos aqueles que sempre acreditaram no Brasil. E sempre acreditarão no Brasil.

Moça com cartaz “Dilma te amo Dilmais!! Eles é nois!”

(Lula para multidão)

Lula: E eu quero que cada filho de cada trabalhador (imagens de Dilma abraçando jovens) tenha o direito de fazer uma universidade. De ser chamado de doutor e ser respeitado nesse país inteiro!

Dilma: Eu não fui eleita, nem serei reeleita para desempregar trabalhador. (Imagens de Dilma com trabalhadores, tirando fotos e os cumprimentando) Não fui eleita nem serei reeleita para colocar nosso país de joelhos diante de quem quer que seja.

Lula: Para nós o futuro não é amanhã é hoje! O futuro é agora! O futuro chamasse Dilma Rousseff. (Lula levanta o braço de Dilma em sinal de vitória) Para presidência da república.

(Imagens do povo saudando Dilma)

Rafael Mike: É claro meu Brasil que o 13 é melhor/ São milhões de corações numa batida só/É o pobre no lugar onde nunca se viu/ é Dilma é guerreira apertando o play do Brasil./

Lirinha: Vamos Dilma presidente com a força da verdade/ em busca dos nossos sonhos, fé, amor e liberdade. / Viver é também chorar. / mas não podemos deixar de todo dia regar a flor da felicidade/

(diversos artistas e cantores aparecem em um estúdio de gravação musical cantando)

Cultura presente! Dilma presidente! O povo presente com coração valente./ Um novo brasil, um novo amanhecer o que a gente quer?!/ Dilma presidente! É o 13!! Um novo Brasil, pra mim e pra você!/ o que a gente quer?/ Dilma novamente!

Corações valentes Somos milhões! Um novo governo novas ideias novas missões! Caminhamos por mapas que não pisaremos mais! Nós erradicamos a fome e a miséria ficou pra traz. Aeroportos clandestinos, prisões vamos pensar! Redução da maior idade para nos exterminar! Perdeu, não adianta chorar. O amor que venceu o ódio e o povo que vai brilhar!

(Rapaz, eleitor em vídeo caseiro)

Rapaz: Mulher..

(Menina, fantasiada dança em vídeo caseiro)

Menina: Mulher...

(Tela dividida, Mulher a esquerda, menino a direita, em vídeo caseiro)

Mulher/Menino: O que a gente quer...

(Rapazes, eleitores em vídeo caseiro)

Rapazes: Dilma presidente!

Chico Buarque – Vou votar na Dilma.

Vocalista Nação Zumbi – Nação zumbi é 13.

Multidão gritando e pulando com Dilma.

(Dilma em off enquanto passam imagens dela cumprimentando eleitores)

Dilma: (Dilma dando a mão a eleitores) Lutei contra a ditadura, venci a tortura. Venci o câncer. (Dilma em um carro cumprimentando operários) O meu amor a vida, meus ideais meus sonhos e meu vício de esperança me ajudaram a vencer todas as dificuldades. (Dilma abraçando eleitora e crianças) Agora o que me leva adiante é minha paixão pelo Brasil e pelo povo brasileiro. Dou minha alma ao Brasil! (Frase aparece na tela com Dilma de braços levantados indicando vitória)

Descrição do Programa do PSDB em 24/10/2015

(Imagem de gráfico mostrando a Vantagem de Aécio e Uma sequência de imagens de pessoas digitando o número 45 em aparelhos eletrônicos ilustram o que é dito)

Narrador: E atenção! Pesquisa Veritá que ouviu 7.700 eleitores em todo Brasil mostra Aécio na liderança. Seis pontos à frente de Dilma. É a mudança chegando.

(Faixa verde e amarela passa por diversos pontos turísticos brasileiros e por pessoas do povo)

Música: Avisou, avisou, avisou, avisou! Agora é Aécio! Vamos lá. É o Brasil inteiro querendo mudar! Agora é Aécio!

(Aécio em estúdio)

Aécio: Minha amiga, meu amigo, hoje se encerra a propagando eleitoral e eu quero agradecer e agradecer muito, a sua companhia e de toda a sua família até aqui. Eu iniciei essa campanha dizendo que sejam todos bem-vindos. Bem-vindos a um novo jeito de governar, bem-vindos a um tempo de mais união, de mais decência, eficiência e verdade. Bem-vindos porque é assim que nós somos, acolhedores, solidários, generosos, isso é o que nós brasileiros temos de melhor, de mais

profundo, o nosso caráter. Algo que não pode se abandonar nunca nem mesmo em uma disputa eleitoral. Viajando de norte a sul desse maravilhoso Brasil. Eu pude sentir o afeto, o carinho e o apoio dos brasileiros de todas as regiões. Eu senti na pele, o entusiasmo das pessoas e, muito mais do que isso, um desejo mesmo de libertação dos brasileiros. O anseio por um novo caminho, um caminho que nos permita superar os grandes desafios que teremos pela frente. Por toda parte eu vi uma onda de esperança, uma onda de confiança que tomou conta do coração dos brasileiros. Uma onda pela mudança. Se o passado nos deu lições de união, de coragem de luta por aquilo que é certo, o nosso presente tem sido uma coleção de decepções. Valores importantíssimos na vida de todos nós como justiça, verdade, honestidade e respeito estão se perdendo. Recuperar esses valores tão fundamentais também é parte da mudança que nós queremos fazer. A mudança que vai trazer de volta ao Brasil o bom governo. Um governo que funcione e que faça o Brasil funcionar. Um governo que melhore de fato a sua vida e que nos faça voltar a crescer, que compartilhe os resultados da prosperidade com todos os brasileiros e brasileiras. Educação de qualidade, saúde e segurança de verdade para as nossas famílias, melhores empregos com melhores salários. Essa minha amiga, meu amigo, é a mudança que eu quero fazer para juntos realizarmos o melhor governo da nossa história. Há 30 anos eu me lembro muito bem disso os brasileiros se uniram entorno do meu avô a presidente Tancredo Neves, para vencer a ditadura e gritaram por todo país: muda Brasil! Hoje eu repito a mesma frase: Muda Brasil! A história, você sabe, é feita de pessoas, é feita de todos nós. E hoje está muito claro, nós estamos prontos para iniciar um novo e belo momento na nossa história. por que a mudança já começou. E no próximo domingo, vá para a urna sabendo que você não vai apenas eleger um presidente você vai escolher o país no qual você, sua família e seus filhos querem viver. Eu estou pronto. Pronto para construir com você e cabe a você decidir. Eu tenho absoluta convicção de que o país que você quer é o mesmo país que eu quero. Por isso vamos juntos a mudar de verdade o Brasil! E que Deus nos ilumine. Muito obrigado.

(Começam Apresentadores contratados se passando por pessoas comuns cantando a parte mais popular do Hino nacional de forma lenta. A eles se misturam imagens de pessoas reais cantando também, numa sucessão de imagens. E por fim aparece o símbolo de Aécio.

Música: Ouviram do Ipiranga às margens plácidas/De um povo heroico o brado retumbante/ E o sol da Liberdade, em raios fúlgidos/Brilhou no céu da Pátria nesse instante/Gigante pela própria natureza/És belo, és forte, impávido colosso
E o teu futuro espelha essa grandeza/Terra adorada/Entre outras mil/És tu, Brasil
Ó Pátria amada!/Dos filhos deste solo és mãe gentil/Pátria amada/Brasil!

(Apresentador, em estúdio)

Apresentador: No dia da eleição, você pode votar em um partido ou votar no Brasil. Você pode votar no partido da Continuação ou votar no Brasil da mudança. No dia 26, que tal votar no Brasil?
(Rayssa da Silva, Campina Grande, PB)

Eleitores e figuras declaram apoio genérico a Aécio

(Neymar em vídeo em mensagem de Barcelona no computador)

Neymar : "...E eu entendo também que não é uma luta entre o bem e o mal. Temos sim que ter a certeza que independentemente do candidato que você apoia, a vitória na urna seja a vitória da democracia. Eu vou apoiar o candidato Aécio Neves. Porque me identifico muito com a proposta que ele tem para o Brasil".(Positivo genérico)

Repete-se a cena da paródia da música de Ivete Sangalo.