

A PERSUASÃO PARA A ACEITAÇÃO: UMA ANÁLISE DAS PROPAGANDAS DO GOVERNO TEMER E SUA AGENDA REFORMISTA¹

PIERI, Jessica²

PRADO, Gustavo dos Santos³

RESUMO: O presente trabalho pretende mostrar como o governo Michel Temer buscou construir uma aceitação na população através de propagandas televisivas e também em redes sociais, a respeito das reformas de seu governo. Para alcançar tal objetivo foram analisadas as propagandas da Reforma do Ensino Médio, Reforma Trabalhista e também Reforma da Previdência, uma vez que foram as mais comentadas e debatidas nos últimos meses. Inicialmente, o trabalho apresentará a ascensão de Michel Temer após o *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff e um breve resumo do que são as reformas. Em um segundo momento, o trabalho pretende mostrar a análise em detalhes a respeito da persuasão e o outro lado do assunto a ser tratado, através de *takes* retirados dos vídeos das reformas disponibilizados na internet e também de seus áudios. A análise dialogou com a análise do discurso, semiótica, história e filosofia da arte. Artigos de jornais e revistas diversas também serviram como base para o diálogo. Por fim, o trabalho tem como objetivo a reflexão e abordar a importância do pensamento crítico em torno da política e das propagandas do Governo, evitando a imparcialidade e reconhecendo a dificuldade de discutir as propagandas de uma pauta reformista de um Governo ainda em andamento.

PALAVRAS-CHAVE: Política, persuasão, propagandas, Michel Temer.

ABSTRACT: The present work intends to show how the government Michel Temer sought to build an acceptance in the population through television advertisements and also in social networks, regarding the reforms of his government. To achieve this objective, we analyzed the propagation of high school reform, labor reform and also pension reform since they were the most commented and debated in recent months. Initially the work will present the rise of Michel Temer after the impeachment of former President Dilma Rousseff and a brief summary of what reforms are. In a second moment, the work intends to show the analysis in detail regarding the persuasion and the other side of the subject to be treated, through takes taken from the videos of the reforms made available on the Internet and also from their audios. The analysis spoke with the analysis of discourse, semiotics, history and philosophy of art. Several newspaper articles and magazines also served as the basis for dialogue. Finally, the objective of the work is to reflect on and address the importance of critical thinking about government policy and advertising. Avoiding impartiality and recognizing the difficulty of discussing the advertisements of a reformist agenda of a government still in progress.

KEY-WORDS: Politics, persuasion, advertisements, Michel Temer.

¹ Artigo apresentado como requisito parcial para a conclusão do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, do Centro Universitário FAG, ano de 2017.

² Acadêmico do 8º período do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG. jessicatpieri@gmail.com

³ Doutor em história social, professor do curso de publicidade e propaganda da fundação Assis Gurgacz. gspgustavo.historia@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como finalidade problematizar a agenda reformista do presidente Michel Temer presente nas propagandas das Reformas do Ensino Médio, Trabalhista e da Previdência. Foram vistas todas as propagandas e então selecionados “takes” de algumas delas que serviram de base para análise – que dialogou com a análise do discurso, semiótica, história e filosofia da arte. Artigos de jornais e revistas diversas também serviram como base para o diálogo. Salienta-se também que a pesquisa usou os áudios das propagandas – e para tanto foram transcritos todos eles.

Michel Temer investiu maciçamente em uma série de propagandas almejando que suas reformas encontrassem apoio no tecido social brasileiro. Entender as pretensões do Governo e suas estratégias de persuasão através das propagandas faz parte das pretensões desse trabalho de conclusão. Pelo tema acolhido e pelo recorte feito por essa pesquisa, o pensamento crítico em torno da política e as estratégias de dominação também surgiram dentro da análise.

Para dar cabo das pretensões do trabalho, inicia-se como se deu a ascensão do Presidente Michel Temer através do processo de *impeachment* da Presidente Dilma Rousseff. Os pontos centrais das reformas do ensino médio, trabalhista e previdenciária também estão presentes ao longo do texto. Antes de entrar na análise das propagandas, o trabalho procura discutir como foi feita a análise das imagens – em uma perspectiva multidisciplinar.

Posteriormente, o trabalho analisa as propagandas das reformas do ensino médio, trabalhista e previdenciária. Ao final, o leitor encontrará as conclusões as quais essa pesquisa conseguiu chegar.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. O processo de *impeachment*: Ascensão de Michel Temer

Um dos momentos mais marcantes e importantes da recente história foi o *impeachment* de Dilma Rousseff, a qual teve sua candidatura cassada através de acusações de desrespeito à lei da improbidade administrativa, a lei orçamentária e suspeita de envolvimento em atos de corrupção na estatal Petrobrás por meio de investigações da Operação Lava Jato, conduzida pela Polícia Federal.

Dilma Rousseff chegou ao cargo em janeiro de 2011, reeleita nas eleições de 2014, sendo desprovida do posto de Presidente da República em 31 de agosto de 2016 através do processo de *impeachment* (FERNANDES, 2016).

A ex-presidente entrou para a história do Brasil, como a segunda presidente a perder o cargo em um processo de *impeachment*⁴ (o primeiro foi Fernando Collor de Mello em 1992).

No decorrer do ano de 2015, um dos cinquenta pedidos de *impeachment* contra Dilma Rousseff foi aceito pelo então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, em dezembro de 2015, onde o processo teve início, por meio de denúncia apresentada pelo Procurador de Justiça aposentado, Hélio Bicudo e pelos advogados Miguel Reale Júnior e Janaina Paschoal (FERNANDES, 2016).

Após três meses de tramitação do processo iniciado no Senado, nesse tempo afastada de seu cargo de Presidente da República, com a votação definitiva no plenário, tendo 61 votos a favor e 20 contra ao *impeachment*, no dia 31 de agosto de 2016 a Presidente Dilma Rousseff perdeu o cargo de Presidente da República. Em seu lugar, como regra, assumiu seu vice, Michel Temer (BBC, 2016) que passou a defender uma pauta reformista.

Em seu primeiro ano de mandato, Temer concentrou grande parte de seu esforço na economia do país, as medidas mais polêmicas que propôs ao Congresso Nacional foram as reforma na Previdência Social, Reforma Trabalhista e a Reforma do Ensino Médio.

2.2. A Reforma do Ensino Médio

A Reforma do Ensino Médio, aprovada com alteração pela Câmara dos Deputados no dia 07 de dezembro de 2016, aprovada no Senado no dia 08 de fevereiro de 2017 e sancionada pelo Presidente Michel Temer no dia 16 de fevereiro de 2017, é um conjunto de novas diretrizes implementadas via Medida Provisória (MP). Ela divide o conteúdo do Ensino Médio em duas partes: 60% para disciplinas comuns a todos, a serem definidas pela Base Nacional Comum Curricular (BNCC) e 40% para que o aluno aprofunde seus conhecimentos,

⁴ *Impeachment* como ato jurídico. Em primeiro lugar, é preciso ter em mente que o chamado *impeachment* é a designação dada para o ato jurídico que introduz uma norma individual e concreta cuja hipótese atesta a prática de um “crime de responsabilidade” por um certo tipo de autoridade (art. 52, I e II, e art. 85, caput, da Constituição) e que, no seu consequente, impõe a perda do cargo e a inabilitação do exercício de função pública de tal autoridade pelo período de 8 anos (art. 52, parágrafo único, da Constituição). A declaração da prática dessa infração não afasta outras sanções, a serem aplicadas pelo Poder Judiciário, se for o caso (art. 52, parágrafo único). “O *Impeachment* como Ato Administrativo” (FREIRE, 2016).

podendo escolher em qual área pretende seguir, entre as alternativas Linguagens, Matemática, Ciências Humanas, Ciências da Natureza e Ensino Profissional (ESTADÃO, 2017).

A parte que mais causou alvoroço e uma onda de ocupações nas escolas foi a mudança do currículo do Ensino Médio: Algumas matérias como Artes, Educação Física, Sociologia e Filosofia não seriam mais obrigatórias.

Porém, a comissão da Câmara dos Deputados, que analisou a proposta, voltou atrás e colocou Artes como matéria obrigatória e Educação Física, apenas no terceiro ano como optativa, deixando a cargo do estudante querer cursar ou não. A medida inclui ainda que essas disciplinas devem aparecer na Base Nacional Comum.⁵ De modo geral, a história brasileira demonstra que essas reformas fracassam, devido a precariedade dos investimentos e a ausência de adequação do espaço e infraestrutura (DOMINGUES *et al*, 2016, p. 64).

Já aprovada, a reforma será implementada gradativamente. Segundo o *site* O Globo (2017), a intenção é que o modelo de ensino migre para tempo integral. No presente, os alunos têm carga horária obrigatória de 4 horas por dia; a proposta estabelece 5 horas por dia e a meta final é chegar a 7 horas diárias, quando seria então período integral.

2.3. Reforma Trabalhista

Aprovada por 296 votos favoráveis e 177 contrários a Reforma Trabalhista foi aprovada na Câmara dos Deputados no dia 27 de abril de 2017, aprovada no Senado dia 11 de julho de 2017 e sancionada dia 13 de julho do mesmo ano pelo então Presidente Michel Temer, sendo que entrará em vigor em novembro de 2017 (CAVALLINI, 2017).

A reforma do Governo muda a lei trabalhista e traz novo teor sobre jornada de trabalho, férias, salários e outros temas. As férias poderão ser divididas em três períodos; o tempo de serviço efetivo no trabalho não contempla mais horas de descanso, alimentação, higiene pessoal, estudo e troca de uniforme; o intervalo para refeições poderá ser negociado, desde que tenha 30 minutos; a jornada de trabalho poderá ter 12 horas diárias, entre outras. Ou seja, Michel Temer “flexibilizou” a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT).

⁵ Nos dias de hoje, o currículo do Ensino Médio é composto por 13 disciplinas obrigatórias, após entrar em vigor a proposta, 60% da carga horária deverá atender ao que for estabelecido pela BNCC, o restante então será preenchido de acordo com a opção dos estudantes. Com a reforma, as escolas serão obrigadas a oferecer ensino de Língua portuguesa desde o 6º ano (O GLOBO, 2017).

Um item bastante reforçado nas propagandas do Governo é a negociação que o trabalhador poderá fazer com o empregador, uma vez que o discutido se sobressai sobre o legislado. A contribuição sindical deixou de ser obrigatória e a rescisão contratual, antes feita pelos sindicatos, passará a ser feita na empresa (SEVERO, 2017).⁶

2.4. Reforma Previdenciária

O Poder Executivo apresentou ao Congresso Nacional uma proposta de emenda à Constituição intitulada Reforma da Previdência, a qual prevê mudanças para os trabalhadores que ainda vão se dispor do benefício (quem já recebe não altera em nada).

Segundo Alessandra Strazzi, especialista em Direito Previdenciário, um dos principais pontos da reforma é a aposentadoria por idade, a idade continua a mesma de hoje, 65 anos para o homem e 60 anos para a mulher, com diminuição de cinco anos em caso de trabalhadores rurais e segurados com deficiência. O que muda de fato é o tempo de contribuição obrigatório que passou de 15 anos completos para 15 anos mais 50% do tempo que falta para atingir os 15 anos na data da emenda. O valor será de 51% da média, mais 1% para cada ano completo de contribuição. Esse prolongamento sofreu uma série de críticas de vários estudiosos do tema.⁷ A mudança no sistema de pagamento de pensões e a eliminação do benefício integral para doenças graves também foram bastante criticadas (STRAZZI, 2016)

A Reforma da Previdência até o momento não foi aprovada.

⁶ Nas demissões também houve mudança, o contador Claudionei, pontua que quando o trabalhador pede demissão ou é demitido por justa causa, não tem direito a multa de 40% sobre o saldo do FGTS nem a retirada do fundo; sobre o aviso prévio a empresa pode pagar o salário do mês sem que o funcionário precise trabalhar ou avisar da demissão com 30 dias de antecedência; na nova regra o trabalhador poderá ser extinto de comum acordo, com pagamento de metade do aviso prévio e metade da multa de 40% sobre o saldo do FGTS. O empregado poderá ainda movimentar até 80% do valor do fundo, mas não terá direito a seguro-desemprego. E as grávidas que antes não havia limite de tempo para avisar a empresa sobre a gravidez, agora, com a nova lei, mulheres demitidas tem até 30 dias para informar a empresa sobre a gravidez. Tudo isso faz perceber que o problema dessa lei não é pontual, é visceral e sobretudo simbólico. Trata-se de uma deliberada vontade de promover a maior destruição de direitos sociais trabalhistas que já experimentamos por aqui (SEVERO, 2017).

⁷ A. Vasconcelos argumenta: Fico a imaginar um eletricista da Celpe reparando fiação de alta tensão a 8 metros de altura com 65 anos de idade a espera de uma aposentadoria. Um motorista de caminhão a viajar esse Brasil afora para entregar cargas, carregando e descarregando-as, tendo que permanecer acordado, muitas vezes, por quase 20 horas diárias, tudo isso aos 65 anos de idade. Médicos cirurgiões e dentistas com suas posturas inadequadas; operadores de raio - x e afins com exposição à radiação; vigilantes idosos a combater bandidos novos; trabalhadores rurais a cortar cana sob o sol escaldante (VASCONCELOS, 2016).

2.5. Análise: imagens, discurso e recepção

Com o intuito de problematizar as propagandas veiculadas na televisão referente ao pacote de reformas do Governo de Michel Temer (Ensino Médio, Trabalhista e Previdenciária), esse trabalho realiza uma análise usando a “mensagem única e fixa, cuja análise é necessária para abordar as mensagens visuais mais complexas, como a imagem em sequência, fixa ou animada” (JOLY, 1996, p. 11). Ao mesmo tempo a pesquisa centraliza-se numa perspectiva multidisciplinar - dialogando com a filosofia da arte, análise do discurso e semiótica - já que as propagandas almejam criar no tecido social brasileiro um ambiente fértil para sua aceitação.

O historiador da arte Abram Moritz Warburg defende que, na análise de imagens, é fundamental a problematização dos símbolos e das composições, uma vez que as imagens contém uma série de informações. Para ele, nenhuma imagem é construída por acaso (ALMEIDA, 2015). Como afirma Stéphane Huchet, o trabalho com a imagem exige “subverter semiologicamente a hegemonia da representação e a homogeneidade dos sentidos das imagens” (HUCHET apud DIDI-HUBERMAN, 2010, p. 11). Para tanto, é fundamental se distanciar das imagens a partir da dupla distância (a imagem como choque), ao mesmo tempo em que é necessário colocar as imagem em movimento dialético, visando a superação do argumento pelo argumento (DIDI-HUBERMAN, 2010, p. 182)

A análise do discurso também é uma perspectiva interessante no trato com as propagandas de Michel Temer. Elas são produtos de uma época, ou seja, procuram salientar as propostas do governo e atender as ansiedades de uma parcela da sociedade brasileira que deseja mudanças; ou seja, “o discurso é tomado como uma prática social, historicamente determinada, que constitui os sujeitos e os objetos” (GREGOLIN, 2007, p. 13). E já que é fundamental estudar a análise do discurso da mídia, para descortinar possíveis relações de sentido, o autor citado ainda propõe pensar a mídia como “prática discursiva, produto de linguagem e processo histórico” (GREGOLIN, 2007, p. 13)

Alvitando dar cabo da proposta central do trabalho, o diálogo com a semiótica é fundamental. Ela distingue o produto, a pessoa, uma marca ou serviço como um signo⁸, no

⁸ *Signo*: Se há qualquer coisa que veicule informação e, ainda assim, não tenha absolutamente nenhuma relação com (nem faça referência a) qualquer coisa com a qual a pessoa para a qual a informação é levada tenha a menor familiaridade (direta ou indireta) no momento em que ela recebe a informação – informação essa que seria de um

qual é possível descobrir os mecanismos mais apropriados para se investigar o campo publicitário. Lúcia Santaella (2002) entende que o signo é algo que representa outra coisa ou seu objeto, ele se relaciona de diferentes formas consigo mesmo, com seu objeto dinâmico ou seu interpretante.

As relações entre o signo e o seu objeto dinâmico também possuem denominações. O índice aponta para alguma coisa que está ligada por proximidade ou semelhança em vez de representá-la. Já o ícone representa fielmente um objeto. Alertados por Santaella (1995), o trabalho iniciará a análise da propaganda das reformas do Governo de Michel Temer, tomando os vídeos como signos, os quais permitirão a problematização de hipóteses, bem como fatos e concederão a base para a argumentação em torno da referida agenda reformista – tão difundida pela propaganda do Governo em questão.

Questões relacionadas à recepção também serão utilizadas na investigação das propagandas do Governo, já que Jesus Martin Barbero nos alerta que nos processos de recepção deve-se levar em conta as interações entre a mensagem o meio e o receptor (MARTIN-BARBERO, 2002, p. 55).

3. A AGENDA DE REFORMAS DE MICHEL TEMER PRESENTE NAS PROPAGANDAS DO GOVERNO

3.1. A reforma do ensino médio: Educação e modernidade

Imagem 1-- Extraída do vídeo - Comercial MEC Reforma Ensino Médio 02



Fonte:< <https://www.youtube.com/watch?v=HJdL4oNebRs>>.

tipo muito estranho – o veículo desse tipo de informação não seria, neste caso, chamado de Signo (PEIRCE, 1983 p. 97).

A partir desta imagem, o trabalho procurará refletir sobre os recursos que o Governo usou para persuadir o público a fim de viabilizar as suas reformas. A imagem acima foi extraída do vídeo publicitário da Reforma do Ensino Médio, que foi vinculada na televisão e está disponível na internet.

Nota-se que a cor predominante é o azul. Ele está presente na escrita do quadro, na manga do uniforme dos alunos e na cortina. O azul simboliza confiança, honestidade e lealdade. A cor também representa sinceridade e tranquilidade (SPRINTY, 2016).

A professora sentada cede o espaço para o aluno. A reforma propõe que o educando poderá conduzir o seu futuro através da escolha das seguintes áreas: Linguagens, Matemática, Ciências Humanas, Ciências da Natureza e Ensino Profissional. O protagonismo docente é colocado à revelia, pois o jovem poderá fazer as suas escolhas.

O recorte do vídeo também propõe a ideia de diversidade – vide que há um aluno negro que está em primeiro plano. O livro que esse aluno segura está aberto que, somada à luz que vêm da janela aberta, aludem à ideia de futuro.

No quadro aparecem os países conhecidos pela qualidade do seu sistema de ensino. O aluno que conduz o vídeo, com as mãos abertas e com os olhos cheios de esperança diz entusiasmado:

Aí, galera! Vocês já conhecem o Novo Ensino Médio? Essa proposta que está todo mundo comentando por aí. Sabia que foi baseada nas experiências de vários países? Países que tratam a educação como prioridade. E que vai deixar o aprendizado muito mais estimulante e compatível com a realidade dos jovens de hoje? (MEC, 2017).

A propaganda investe na possibilidade do Brasil se tornar uma potência na Educação – caso da Coreia do Sul devido à reforma. O país asiático há 35 anos era mais pobre que o Brasil e apresentava péssimos indicadores de ensino. Hoje, o investimento da Coreia do Sul em ensino, pesquisa e extensão concede ao país condições de desenvolvimento. Como comparativo, lá são investidos no ensino básico quase dez mil dólares por aluno, enquanto no Brasil as cifras não chegam a quatro mil dólares (BASSO, 2017).

Ainda segundo Murilo Basso (2017), a diferença também está no modelo de investimento. Na Coreia, escolas de Ensino Médio são subsidiadas em 80% do seu orçamento pelo Ministério da Educação, Ciência e Tecnologia, enquanto os outros 20% vêm de

anuidades pagas pelos pais dos alunos. O Governo também subsidia a anuidade dos alunos de baixa renda. E o mesmo ocorre no Ensino Superior, no qual todas as universidades cobram anuidades, inclusive as públicas. Lá a carreira docente é extremamente atrativa, devido a sua representatividade social, o respeito aos profissionais e aos altos salários (MARTINS, 2015).

Imagem 2 – Extraída do vídeo – NOVO ENSINO MÉDIO 02.



Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=4pb1nasqUtQ>>.

Em outra propaganda da Reforma do Ensino Médio, um professor esclarece aos alunos sobre as benesses da reforma. Com ar de seriedade e confiança, o professor procura mostrar aos alunos que a Reforma só trará mudanças positivas. Se comparada a imagem número 1, nota-se que o azul continua sendo a cor predominante e a ideia de diversidade é mantida. Também pode ser constatado que na parte superior esquerda da imagem 2 há o predomínio de uma forte luz solar sobre os alunos, representando, novamente, a ideia de futuro.

A dinâmica do vídeo é movida pelas perguntas dos alunos sobre pontos da reforma junto às respostas do professor. Confiante, jovem e altivo, o docente esclarece as dúvidas. Contudo, o que chama a atenção é que a trama criada possui como cenário uma praça pública, saindo do pátio, da sala de aula ou de bibliotecas – que de modo geral formam o universo escolar.

Historicamente, desde os antigos gregos, a praça pública representa um espaço profícuo para o debate público. A ideia do Governo era mostrar que as reformas estariam sendo discutidas arduamente com a sociedade civil – porém, não é o que essa pesquisa vê. Segundo Mariana Tokarnia (2016), repórter da BBC, professores presentes na primeira

audiência pública na Comissão de Educação na Câmara dos Deputados pediram a rejeição da MP do Ensino Médio, seja pela falta de discussão, seja pelo conteúdo da mesma⁹.

Outro ponto que chama atenção é o gesto otimista do professor apontando para o quadro, que contém o resultado de uma pesquisa que aprova a Reforma, segundo o Ibope. Nessa tomada do vídeo há um narrador que diz: “Novo Ensino Médio aprovado por 72% dos brasileiros”. Porém, segundo o jornalista Guilherme Justino, uma pesquisa do Ibope encomendada pelo MEC e divulgada em novembro de 2016, apontou que realmente 72% dos brasileiros são a favor de uma reforma no Ensino Médio. Mas a pergunta em que foi condensada a proposta do Ministério pouco apresentava sobre as mudanças e a maior aprovação foi registrada entre os entrevistados com 55 anos ou mais (78%). Apenas 35% dos estudantes entre 16 e 24 anos ouvidos se colocaram favoráveis à Reforma. Não por acaso, almejando aumentar a aprovação da Reforma nessa faixa etária, o Ministério da Educação partiu para a divulgação da Reforma pagando “youtubers”¹⁰.

Os vídeos explicavam e homenageavam a proposta que altera o ensino, porém, os vídeos não identificavam que o conteúdo havia sido patrocinado pelo MEC.

Contudo, o youtuber Felipe Neto, que contém mais de 8 milhões de seguidores e que resistiu às investidas do Governo, disse em seu *twitter*: "Eu prefiro que meu público saiba que está vendo uma publicidade".

As reformas do Governo de Michel Temer foram tecidas eivadas de polêmicas. Mesmo com o reforço positivo em propagandas, as propostas renderam discussões. O trabalho analisará, no próximo fragmento, as propagandas em torno da Reforma Trabalhista.

⁹ Entre os pontos mais polêmicos estão a falta de formação de professores para se adequar à nova estrutura e a incapacidade das redes de ensino, sem recursos adicionais, oferecerem várias opções a seus estudantes, o que poderá restringir a formação a algumas opções técnicas. A retirada da obrigatoriedade das disciplinas de artes, sociologia, filosofia e educação física e a redução da carga horária de história e geografia também resultaram em várias discussões. Toda essa perspectiva pode ser vista com a nova Lei das Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB).

¹⁰ A pasta informou ter pago os "influenciadores digitais" porque eles estão incluídos nas mídias digitais e complementam a estratégia de comunicação institucional para divulgação e esclarecimento sobre a reforma. "No caso do ensino médio, o público alvo da campanha de divulgação e esclarecimento é jovem. Pesquisas apontam que 92% de jovens de 15 a 25 anos, de todas as classes sociais, utilizam este tipo de mídia para se informar." (PALHARES, 2017).

3.2. A Reforma Trabalhista: A agenda da flexibilização

Imagem 3 – Extraída do vídeo: Campanha Modernização Trabalhista – Costureira.



Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=cTge0YWvf5k>>.

Nota-se que na propaganda da Reforma Trabalhista a discussão sobre o projeto se passa no ambiente de trabalho e envolve profissionais de categorias simples – caso das costureiras. No rosto delas percebe-se o ar de perspectiva de mudança, riqueza e futuro. O azul adotado pelas propagandas do Governo se mantém presente em quase todo o vídeo.

A costureira protagonista diz: “Ah, seria bom poder negociar meio período de trabalho. Passar mais tempo com a minha filha e voltar a estudar!”. A funcionária se remete a flexibilidade na carga horária proposta pela Ministério Público, já que agora será possível negociar salários por hora ou por dia, em vez de pagamentos mensais. A jornada de trabalho também poderá adotar o esquema 12×36: após 12 horas de trabalho, há 36 horas de descanso, respeitando o máximo de 48h por semana trabalhadas.

Porém, para esse descanso, o trabalhador terá que fazer mais horas trabalhadas por dia, chegando a 12 horas, com no mínimo 30 minutos de almoço. Por mais que a Reforma Trabalhista seja agressiva ao trabalhador, a propaganda direciona sua proposta para personagens que possuem uma formação mais simples, uma vez que o objetivo da grande mídia é a manipulação (OLIVEIRA, 2014).¹¹

¹¹ Segundo Germano Siqueira, presidente da Anamatra (Associação dos Magistrados da Justiça do Trabalho), essa mudança é preocupante: “Essa redução (do tempo de descanso) tem efeitos para a saúde ocupacional. O intervalo mínimo da jornada deve ser observado porque é importante para repor a energia do trabalhador”. Ele também diz que pode acarretar em mais horas extras e mais risco de acidente no trabalho: “O Brasil infelizmente ainda tem um elevado número de acidentes que impactam a vida do trabalhador e sua família e repercutem na contabilidade da Previdência Social e do sistema de saúde” (CAVALLIN e LAPORTA, 2016).

Outro ponto analisado, não só nesse caso, mas em todas as propagandas das reformas citadas, é a presença da figura feminina. O trabalho de conclusão acredita que o Governo investe maciçamente na figura feminina, uma vez que a mulher ocupa um espaço mais significativo no mercado de trabalho¹². Além disso, o Governo dá um ar de “modernidade” à Reforma, supostamente acolhendo diferentes perfis de gênero. Vale recordar que o governo de Michel Temer sofreu uma série de críticas no início, pois concedeu pouco espaço à figura feminina em cargos de alto escalão.

Imagem 4 – Extraída do vídeo: Campanha Modernização Trabalhista – Buffet.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=vkCmNbzHL_o>.

Em outra propaganda da Reforma Trabalhista, divulgada na televisão, nota-se que o Governo segue com a pauta da diversidade (assim como fez nos vídeos anteriores). Uma mulher negra, dona de uma empresa de festas e decorações é a protagonista. O ambiente de trabalho é o local da discussão, onde a empresária diz ao empregado: “Ah, Guilherme... Adoraria poder contratar mais gente, mas os eventos variam muito e eu não tenho essa flexibilidade”. O empregado então diz: “E eu, poder trabalhar com todos os direitos garantidos, sabe? Nada de bico!”. Logo a narração complementa:

A modernização trabalhista é o resultado do diálogo entre empregadores e empregados. Ela vai garantir direito, fortalecer negociações, criar novas formas de contratação e gerar mais empregos. Modernização trabalhista. Direitos garantidos e novas oportunidades.

¹² Segundo uma pesquisa recente feita pelo Grupo Catho, empresa de recrutamento e seleção de executivos, as mulheres conquistam cargos de direção mais cedo. Tornam-se diretoras, em média, aos 36 anos de idade. Os homens chegam lá depois dos 40. No entanto, essas executivas ganham, em média, 22,8% menos que seus competidores de colarinho e gravata. A boa notícia é que essa diferença nos rendimentos vem caindo rapidamente. Por estar a menos tempo no mercado, é natural que elas tenham currículos menos robustos que os dos homens. A diferença nos ganhos tende a inexistir em futuro próximo (PROBST, 2003).

Nesse vídeo o Governo procura mostrar que a Reforma Trabalhista irá permitir uma ampla discussão entre trabalhadores e empregados em nível de igualdade. O parcelamento de férias, a jornada de trabalho, o salário e o banco de horas, poderão ser negociados em um clima afável, democrático e liberal. O vídeo insinua que o centro da Reforma, ou seja, que o “conversado” se sobressaindo sobre o “legislado” seria benéfico para todos. Contudo, segundo o Dieese, a Reforma em funcionamento afetará negativamente mulheres, pobres e negros.¹³

Ainda com relação às mulheres, o ar de modernidade que a Reforma procura passar pode ser questionado quando se observa que a nova lei permite que gestantes e lactantes possam trabalhar em locais insalubres – estações de esgoto e frigoríficos, por exemplo, além de ficar vulnerável a radiação química, ruídos, descargas elétricas, umidade, mofo e gases químicos. Por sinal, esse tipo de local presencia o “labor” de uma população predominantemente pobre e negra. Ademais, as longas jornadas de trabalho serão terríveis para o gênero feminino, já que, via de regra, as mulheres são responsáveis por uma “tripla jornada” que acolhe todo o trabalho doméstico.

A classe mais pobre percebeu a radicalidade da Reforma. Contudo, as greves não surtiram efeito devido à agressiva reação do Governo contra os trabalhadores, envolvendo a ação violenta da polícia com balas de borracha e gás de efeito moral, que foram utilizados em várias cidades brasileiras (CARTACAPITAL, 2017). Assim como a Reforma da Previdência, que será discutida no próximo capítulo, o Governo procura passar em suas propagandas que os projetos foram amplamente discutidos com a sociedade civil – fato que não se constata na prática.

3.3. A Reforma da Previdência: Supostamente, o brasileiro deve trabalhar mais...

¹³ A técnica Carolina Gagliano [Dieese] demonstrou que as mulheres negras são as mais vulneráveis, em ocupações com menor proteção social, sem carteira assinada, no emprego doméstico ou trabalhando como terceirizadas, em geral na limpeza. No entanto, a inclusão delas no mercado de trabalho ainda é um desafio. Reflexo do passado escravocrata e do racismo estrutural, a pesquisadora revelou que a taxa de desemprego delas é bem maior do que a do restante da população. No caso das mulheres pretas, é de 14%, o dobro da taxa de desempregados entre os homens brancos, de 6,9%. A de mulheres pardas, com a segunda taxa mais baixa, é de 13%, mais alta do que as desempregadas entre as mulheres brancas, 9,7%. (SILVA, 2017)

Imagem 05 – Extraída do vídeo Comercial Reforma da Previdência.



Fonte: < <https://www.youtube.com/watch?v=3TvwtZPVIww>>.

Em um dos vídeos da Reforma da Previdência, o Governo Michel Temer compara as mudanças nas regras da aposentadoria com grandes feitos de governos passados. E em análise observamos novamente a predominância da cor azul e, conforme a imagem acima, os dizeres “sem ela”, “Brasil”, “pode quebrar” em forma de *post* de redes sociais, transmitindo novamente um ar de modernidade e jovialidade, como já citado anteriormente.

Porém, o que chama atenção é a narração no vídeo¹⁴. O argumento utilizado é o de que a mudança é necessária para evitar que o sistema previdenciário “quebre”, alegando-se que existe déficit na Previdência. Contudo, tal alegação também é discutida, pois a Reforma geraria prejuízos aos trabalhadores.¹⁵

Desde o lançamento da Reforma houve muita polêmica a respeito, uma delas envolvendo o SBT. Segundo o *site* de notícias CartaCapital, o Presidente Michel Temer teria se reunido com o empresário Silvio Santos para usar seu poder de influência em apoio a

¹⁴ Narração do vídeo: “Tudo o que é novo assusta. Quando surgiu a vacinação teve até revolta, hoje não dá pra viver sem. Foi assim com o cinto de segurança obrigatório, e quantas vidas ele já salvou? Na hora de privatizar a telefonia, muitos, foram contra, hoje todo brasileiro tem celular. Quando a novidade foi o plano Real, não faltou gente pra dizer, não vai dar certo. E deu. Com as redes sociais diziam, isso vai afastar as pessoas, e nunca estivemos tão conectados. Agora, o novo é a Reforma da Previdência. Muitos questionam, mas sem ela o Brasil pode quebrar. Outros governos tentaram resolver, mas não conseguiram e quanto mais tempo demorar, pior vai ficar. O estado do Rio de Janeiro, já não consegue pagar seus aposentados em dia, lá fora países pagam o preço de não terem feito as reformas necessárias. Precisamos mudar a Previdência para colocar o Brasil nos trilhos. Governo Federal. Ordem e Progresso”.

¹⁵ A reforma proposta agora só pretende repetir o que tem ocorrido nas sucessivas reformas da Previdência que foram feitas desde 1998. O foco é, sempre, em mudar os benefícios para reduzir seu valor e aumentar os requisitos e carências. Em consequência, os prejudicados são sempre aqueles que trabalham e que precisarão fazer uso do sistema. Entretanto, não se busca atacar as causas reais dos problemas que se alega existir na Previdência Social, o que poderia ser feito extinguindo a permissão de usar os recursos das contribuições sociais para outros fins, reduzindo as renúncias fiscais, cobrando as dívidas e combatendo a corrupção que surrupia estes recursos (WAGNER *et al*, 2017).

aprovação da Reforma. Desde então a emissora passou a veicular propagandas próprias em defesa da mesma nos intervalos de sua programação; estas eram curtas e diretas ainda tinham tom alarmista; sempre com um fundo azul uma delas dizia: Você sabia que o Brasil quebra se não aprovar a nova lei da Previdência?

Conforme o *site* VEJA São Paulo, a emissora foi notificada pelo Ministério Público do Trabalho (MPT), pois para eles trata-se de propaganda possivelmente sem base fática ou documental, que não exprimiria opinião, mas sim afirmativa. O SBT teve então de assinar o Termo de Compromisso de Ajustamento de Conduta (TAC) onde se compromete a veicular mensagens educativas e reflexivas sobre a Reforma. Caso contrário, terá que pagar multa diária de R\$ 10.000,00.¹⁶

Entretanto, a Presidente do Supremo Tribunal Federal, ministra Cármen Lúcia, entendeu que liminares não podem proibir propagandas do Governo, pois apenas a análise de mérito permite concluir falta de caráter informativo, educativo e de orientação nesse tipo de comunicação. Assim, revogou a decisão que proibia a veiculação de campanha sobre a Reforma da Previdência (CONJUR. 2017, *online*).

Imagem 06 – Extraída do vídeo Comercial Reforma da Previdência.



Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=3TvwZPVIww>>.

Em outro *take* da propaganda aparecem várias pessoas de diferentes idades e profissões, passando a ideia da perspectiva da Reforma de atender a todas as gerações no sentido positivo, pois todos mostram expressões felizes.

¹⁶ Em outra polêmica o Governo foi proibido de fazer qualquer propaganda ou anúncio em qualquer mídia ou plataforma a respeito da Previdência. Segundo Brenno Grillo, ao entendimento da juíza Marciane Bonzanini, da 1ª Vara Federal de Porto Alegre a reforma da Previdência é antidemocrática, pois usa dinheiro público para defender o posicionamento do PMDB sobre o tema. A decisão destaca que a campanha não tem caráter educativo, mas opinativo, e que isso desvirtua a função pública das propagandas governamentais.

Nada está ali por acaso; O vídeo procura salientar outras medidas consideradas impopulares no passado, mas que, depois, foram amplamente aceitas pela população.

O Governo investiu pesado em mídia para conseguir aceitação da Reforma; A Globo não ficou de fora. Segundo Eduardo Vasco, o Jornal Nacional, grande meio de audiência curiosamente no mesmo período que a reforma é lançada, começa uma série de reportagens especiais sobre os idosos, de como podem cuidar de sua saúde na velhice e viver melhor, uma das maneiras é trabalhando para o patrão até o fim de sua vida, e não utilizando seus últimos anos de vida para o lazer, dando alusão à Reforma da Previdência, que, se aprovada, a aposentadoria será tardia¹⁷.

4. CONCLUSÃO

Depois de problematizar as propaganda do Governo Temer e entender desde sua ascensão até os efeitos que essa comunicação exerce nos seus receptores, é possível construir um parecer crítico sobre o assunto, atento aos fatos, reconhecendo a dificuldade de discutir as propagandas de uma pauta reformista de um Governo ainda em andamento.

Na prática, ainda, o Estado brasileiro carece de investimentos, infraestrutura e eficiência na Educação, que por sinal, seriam itens de uma verdadeira agenda reformista. A falta de discussões com a sociedade civil – em especial, com os professores –, e a perspectiva de convencimento em oferecer um “futuro promissor” para os jovens foram à tônica dessa agenda.

As propagandas da Reforma Trabalhista quiseram construir um discurso que tivesse como pauta a democracia. Patrões e empregados aparecem em situações diversas discutindo de forma livre e esperançosa. Contudo, a repressão do Governo às greves mostra como a pauta democrática não estava em questão. O Governo atendeu aos interesses do meio empresarial, deixando os direitos trabalhistas à revelia.

¹⁷ O “Fantástico”, outro programa de grande audiência, também exibiu uma reportagem no mesmo período da Reforma, sobre as vantagens do envelhecimento e maneiras de contorná-la. Segundo o *site* de notícias Diário de Pernambuco caracterizados de idosos, os apresentadores Poliana Abritta e Evaristo Costa falavam sobre as atitudes que pessoas na terceira idade podem tomar para viver melhor. Eles mostraram exemplos de pessoas que não se aposentaram ao chegar na terceira idade e como empresas podem valorizar este tipo de funcionários. A reportagem gerou crítica nas redes sociais, internautas relacionaram com a reforma da previdência.

Nas propagandas da Reforma da Previdência, o tom alarmista do Governo sobre a crise no sistema previdenciário chama a atenção. A forma como dirige os discursos para os mais jovens merece destaque – aludindo a ideia de que sem a reforma esse grupo específico jamais conseguirá se aposentar.

De modo geral, o Governo procurou adotar nas propagandas das reformas um tom de jovialidade, modernidade, seriedade e serenidade. Contudo, a agenda reformista de Michel Temer é, antes de tudo, impopular – o que explicaria o seu baixo índice de popularidade. O Governo procurou envolver nas propagandas pessoas diversas – trazendo para si a ideia de que representa a diversidade. Um Governo que surgiu de um processo de *impeachment* – que sempre é traumático –, que está em uma economia abalada e que possui membros do alto escalão em escândalos de corrupção, necessita investir pesado em propaganda para dar impulso em suas agendas reformistas.

O apelo a símbolos da nação – a cor azul, a bandeira nacional – também foram estratégias utilizadas pelo governo adotando um tom nacionalista. As propagandas deixam explícitas que o cidadão favorável à Reforma é alinhado com o futuro da nação. A modernização do Estado brasileiro seria a base do Governo de Michel Temer – discurso endossado por investimentos maciços na publicidade. A apatia da sociedade civil em torno dessa agenda de reformas dá margens interpretativas quanto a sua capacidade de convencimento. Contudo, tal perspectiva extrapola os recortes dessa pesquisa.

Além do fato da análise da imagem consumir a maior parte do texto, a atualidade do tema fez com o que o trabalho buscasse um diálogo com fontes jornalísticas. Espera-se que outras análises apareçam à medida que a literatura sobre o tema fique mais ampla. No caso da Reforma da Previdência ressalta-se que ela ainda nem foi aprovada, o que demonstra a atualidade dessa análise e como qualquer trabalho de conclusão é parcial.

REFERÊNCIA

AMB. Reforma da previdência sob a visão da AMB. Disponível em: <https://www.anfip.org.br/doc/publicacoes/Documentos_20_03_2017_18_32_04.pdf> Acesso em: 31 ago. 2017.

BRASIL. **Lei Nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996.** Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9394.htm>. Acesso em: 30 set. 2017.

CARTACAPITAL. Após pedido de Temer, SBT faz propaganda pela reforma da previdência. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/politica/temer-vai-comprar-apoio-de-jornais-tvs-e-parlamentares-com-publicidade-diz-jornal>>. Acesso em: 15 out. 2017.

_____. Governo aciona “trator” e aprova reforma trabalhista no Senado. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/politica/201ctrator201d-do-governo-aprova-a-reforma-trabalhista>>. Acesso em: 05 out. 2017.

CAVALLINI M.; LAPORTA T. Proposta flexibiliza relação trabalhista, mas enfraquece direitos, dizem analistas. **G1**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/proposta-flexibiliza-relacoes-trabalhistas-mas-pode-enfraquecer-direitos-dizem-especialistas.ghtml>>. Acesso em: 04 out. 2017.

CAVALLINI, Marta. Reforma trabalhista é aprovada no Senado. **G1**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/reforma-trabalhista-e-aprovada-no-senado-confira-o-que-muda-na-lei.ghtml>>. Acesso em: 29 ago. 2017.

CONJUR. Cármen. suspende decisão e libera propaganda sobre reforma da previdência. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2017-abr-05/carmen-libera-propaganda-governo-reforma-previdencia>>. Acesso em: 15 out. 2017.

DIÁRIO de Pernambuco. Fantástico exibe matéria sobre envelhecimento e recebe críticas nas redes sociais. Disponível em: <http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2017/01/16/internas_viver,684503/fantastico-faz-materia-sobre-envelhecimento-e-internautas-criticam.shtml>. Acesso em: 15 out. 2017.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **O que vemos, o que nos olha**. 2ª. ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

DOMINGUES J. J.; TOSCHI N. S.; OLIVEIRA J.F. A reforma do ensino médio: a nova formulação curricular e a realidade da escola pública. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/es/v21n70/a05v2170>> Acesso em: 20 set. 2017.

ESTADÃO, Zero Hora. Entenda as principais mudanças da reforma do Ensino Médio. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/vida-e-estilo/noticia/2017/02/entenda-as-principais-mudancas-da-reforma-do-ensino-medio-9716979.html>> Acessado em: 25 ago. 2017.

FERNADES, Claudio. *Impeachment* de Dilma Rousseff. **Revista História do Mundo**. Disponível em: <<http://historiadomundo.uol.com.br/idade-contemporanea/impeachment-dilma-rousseff.htm>>. Acesso em: 20 ago. 2017.

FREIRE, André Luiz. O *Impeachment* como Ato Administrativo. **Estadão**. 2016. Disponível em: <<http://www.direitodoestado.com.br/colunistas/andre-luiz-freire/o-impeachment-como-ato-administrativo>>. Acesso em: 18 ago. 2017

GRILLO Brenno. Governo é condenado por fazer propaganda da reforma da previdência. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2017-mar-15/governo-condenado-propaganda-reforma-previdencia>>. Acesso em: 15 out. 2017.

HUCHET, Stéphane. Passos e caminhos de uma teoria da arte. In: DIDI-HUBERMAN, Georges. **O que vemos, o que nos olha**. 2ª. ed. São Paulo: Editora 34, 2010, p.11.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas/São Paulo: Papirus, 1996.

JUNIOR, F. Sergio. A regulamentação do teletrabalho (Home Office) pela reforma trabalhista. Disponível em: <<http://contadores.cnt.br/noticias/tecnicas/2017/08/07/a-regulamentacao-do-teletrabalho-home-office-pela-reforma-trabalhista.html>>. Acesso em: 19 set. 2017.

JUSTINO, Guilherme. É Isso Mesmo? Checamos dados que o MEC usa para divulgar a reforma do Ensino Médio. Disponível em: <<http://dc.clicrbs.com.br/sc/estilo-de-vida/noticia/2017/03/e-isso-mesmo-checamos-dados-que-o-mec-usa-para-divulgar-a-reforma-do-ensino-medio-9748922.html>>. Acesso em: 30 set. 2017.

LUCIA, Claudinei Santa. O impacto da reforma trabalhista. Disponível em: <<http://www.contabeis.com.br/artigos/4022/o-impacto-da-reforma-trabalhista/>>. Acesso em: 30 ago. 2017.

MARTIN-BARBERO, Jesús. Comunicação e mediações culturais. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. XXIII, n. 1, jan.-jun., 2000.

MARTINS, Célio. Massacre de professores em 1988 se repete. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/blogs/certas-palavras/confronto-repete-massacre-de-professores-de-1988/>> Acesso em: 30 set. 2017

MURILO, Basso. Coreia do Sul deu salto ao priorizar ensino básico – ao contrário do Brasil. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/educacao/coreia-do-sul-deu-salto-ao-priorizar-ensino-basico--ao-contrario-do-brasil-0t7zs2apxhtbspap3kdhdvii>>. Acesso em: 30 set. 2017.

O GLOBO. O que muda com a reforma do ensino médio? Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/educacao/o-que-muda-com-reforma-do-ensino-medio-20900752>> Acesso em: 25 ago. 2017.

OLIVEIRA Leonardo. É mais fácil manipular quem se informa pela mídia tradicional. **Diário Centro do Mundo**. Disponível em: <<http://www.diariodocentrodomundo.com.br/e-mais-facil-manipular-quem-se-informa-pela-grande-midia/>>. Acesso em: 07 out. 2017.

PALHARES, Isabela. MEC pagou R\$ 295 mil para youtubers defenderem reforma do ensino médio. Disponível em: <<http://educacao.estadao.com.br/noticias/geral,mec-pagou-r-295-mil-a-youtubers-para-defenderem-reforma-do-ensino-medio,70001670284>> Acesso em: 30 set. 2017.

PEIRCE. C. S. **Semiótica e filosofia**. São Paulo: Cultrix, 1983

PROBST, Elisiana Renata. A evolução da mulher no mercado de trabalho. **RH Portal**. Disponível em: <<http://www.rhportal.com.br/artigos-rh/a-evolucao-da-mulher-no-mercado-de-trabalho/>>. Acesso em: 01 out. 2017

SANTAELLA, L. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

SANTAELLA, Lúcia. **A teoria geral dos signos**. São Paulo: Ática, 1995.

SEVERO. V. S. E agora, José? A “reforma” trabalhista diante da ordem constitucional. 2017. Disponível em: <<http://justificando.cartacapital.com.br/2017/07/17/e-agora-jose-reforma-trabalhista-diante-da-ordem-constitucional/>> Acesso em: 06 set. 2017.

SILVA, Anastásia. Reforma trabalhista piora situação da mulher negra no mercado de trabalho. **Brasil de Fato**. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2017/04/22/reforma-trabalhista-piora-situacao-da-mulher-negra-no-mercado-de-trabalho/>>. Acesso em: 05 out. 2017.

SPRINT. O significado das cores em propaganda, publicidade e marketing. Disponível em: <<http://www.sprinty.com.br/site/2016/06/07/o-significado-das-cores-em-propaganda-publicidade-e-marketing-2/>>. Acesso em: 30 set. 2017.

STRAZZI, Alessandra. Reforma da Previdência: explicação descomplicada. Disponível em: <<https://alestrazzi.jusbrasil.com.br/artigos/413444226/reforma-da-previdencia-explicacao-descomplicada>>. Acesso em: 31 ago. 2017.

TOKARNIA, Mariana. Professores e sindicatos criticam MP do Ensino Médio em audiência pública. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2016-10/mp-do-ensino-medio-sofre-resistencia-na-primeira-audiencia-publica-na>>. Acesso em: 30 set. 2017.

VASCO Eduardo. Globo usa série sobre idosos para fazer propaganda da reforma que tira direitos dos idosos. Disponível em: <<http://www.viomundo.com.br/denuncias/eduardo-vasco-globo-usa-serie-sobre-idosos-para-fazer-propaganda-da-reforma-que-tira-direitos-dos-idosos.html>>. Acesso em: 15 out. 2017.

VASCONCELOS A. Reforma da Previdência - críticas e soluções. **Diário de Pernambuco**, Pernambuco, jun, 2016. Disponível em: <http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/opiniao/46,97,43,74/2016/06/07/interna_opiniao,146653/reforma-da-previdencia-criticas-e-solucoes.shtml>. Acesso em: 06 set. 2017.

VEJA São Paulo. SBT é obrigado a exibir propaganda “neutra” das reformas. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/blog/pop/sbt-e-obrigado-a-exibir-propaganda-neutra-das-reformas/>>. Acesso em: 15 out. 2017.

WAGNER J. RAMBO L. ANDRADE V. **Cartilha crítica da reforma da previdência**. Brasília: Fênix, 2017.