



Entre o Projeto Coletivo e o Individualismo “Moral”: PT e PSDB na Propaganda Eleitoral Brasileira em 2010

Fernando Polenz Wielewiski¹, Marcia Ribeiro Dias¹ (orientadora)

¹*Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, PUCRS*

Resumo

Este trabalho tem por objetivo analisar a propaganda eleitoral brasileira de 2010 sob a perspectiva de uma polarização de discursos entre o Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Nesse sentido, dá continuidade à pesquisa “Coadjuvantes do próprio espetáculo: os partidos políticos na propaganda eleitoral brasileira (1989-2010)”, coordenada pela Professora Dra. Marcia Ribeiro Dias, e da qual o bolsista fez parte. A partir da pesquisa que objetivou elaborar um diagnóstico da imagem partidária na propaganda eleitoral televisiva brasileira, pretende-se, aqui, expandir seus resultados naquilo que diz respeito à polaridade evidenciada entre os projetos do PT e do PSDB.

Entre as conclusões da pesquisa “Coadjuvantes do próprio espetáculo”, figura a consolidação da promoção de um sentimento antipartidário nos discursos do candidato do PSDB à Presidência da República, José Serra. Neste trabalho, abordamos uma contraposição entre o que convencionamos chamar um *individualismo “moral”* tucano, de um lado, e um *projeto coletivo* petista, de outro. Como o PT, sendo um partido excepcionalmente institucionalizado no cenário partidário brasileiro, lidou com a difusão desse sentimento antipartidário a partir da campanha do PSDB? Para realizar essa comparação necessária entre os discursos antagonistas do PT e do PSDB, foram analisadas as falas de Dilma Rousseff e José Serra, bem como as aparições do então Presidente Lula na campanha e a presença (ou ausência) de símbolos partidários, como a estrela e o tucano.

Em oposição ao discurso antipartidário e individualista-tecnocrático de José Serra, a campanha presidencial do PT em 2010 caracterizou-se pelas aparições frequentes de Lula, nas quais o Presidente – que gozava de surpreendente popularidade – dialoga com o telespectador com a finalidade de estabelecer uma conexão entre a candidata Dilma e um projeto coletivo

de país, protagonizado por seu partido. Destacando a participação essencial de Rousseff na condução das políticas públicas durante seu governo e afirmando que, votando nela, o eleitor estaria votando também um pouco nele, Lula vincula sua própria figura a um projeto político mais amplo, e nele inclui Dilma como a sucessora ideal na liderança.

Ainda que impossibilitada de assumir explicitamente sua vocação partidária em função da crescente difusão do antipartidarismo, a campanha petista não abdicou de afirmar a ideia um projeto coletivo, que historicamente caracteriza o PT.