



Partidos Protagonistas e Partidos Coadjuvantes: *UM ESTUDO DA IMAGEM PARTIDÁRIA NO HGPE*

Mariana R. Fernandes (bolsista PROBIC - FAPERGS), Marcia R. Dias (orientadora)

Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas – Ciências Sociais - PUCRS,
Núcleo de Estudos sobre Poder, Partidos e Eleições - NEPPE

Resumo

Esta pesquisa teve como propósito elaborar um diagnóstico da imagem partidária na propaganda eleitoral da televisão durante as campanhas presidenciais brasileiras, a partir da redemocratização. Tendo em vista o fato de que o HGPE é distribuído partidariamente segundo o tamanho de cada bancada parlamentar, buscou-se identificar a intensidade da visibilidade partidária, tanto visual quanto discursiva, a fim de classificar a relevância do papel de cada partido em seu “próprio espetáculo”. Os dados foram organizados segundo Índice de Projeção da Imagem Partidária (IPPI), levando em consideração as variáveis: “signos partidários” e “número de peças”, quantificados na campanha de cada um dos partidos selecionados para análise. Quanto à análise quantitativa dos partidos analisados, apenas o PT pode ser considerado “protagonista” de sua campanha eleitoral; o PDT e PPS, os outros dois partidos analisados por terem participado de três das seis campanhas, atuaram, em média, como “coadjuvantes”; O PSDB atuou, em média, como “figurante” em suas campanhas, caracterizando-se como o partido que mais aposta na estratégia individualista. Analisou-se também o tipo de imagem que cada partido projetou: intensa, difusa ou indireta. Na imagem partidária projetada nas campanhas do PT e do PDT predominou o tipo intenso ou explícito; nas campanhas do PPS e do PSDB não foi possível perceber o predomínio de nenhum dos tipos de imagem, entretanto registrou-se o uso significativo das imagens difusa e indireta. O PSDB foi o único partido cuja imagem difusa foi mais frequentemente utilizada do que a imagem intensa, acentuando seu perfil personalista. Em 2010, o perfil individualista das campanhas presidenciais do PSDB ganhou contornos ainda mais acentuados na adoção explícita do argumento anti-partidário. Enquanto que Lula encarnou o PT ao dizer que o voto

em Dilma Rousseff era equivalente ao voto nele mesmo, uma vez que eles eram parceiros em um mesmo projeto político, não declaradamente partidário em função do sentimento anti-partido difundido no eleitorado, mas equivalente.