

**COMO DESCONSTRUIR UM CANDIDATO: A NARRATIVA TELEVISIVA CONTRA
MARINA SILVA**

Orientadores: LESNIESKI, Marlon Sandro

Pesquisadores: CONTE, Rodrigo Antonio

Curso: Publicidade e Propaganda

Área: Área das Ciências das Humanidades

Resumo: Nesta pesquisa apresentamos uma investigação das estratégias ideológicas utilizadas pela campanha da candidata Dilma Rousseff à reeleição pelo Partido dos Trabalhadores, na campanha presidencial do ano de 2014, para desconstruir a imagem e a confiança que o eleitorado possuía em Marina Silva, também candidata a presidente pelo Partido Socialista Brasileiro. Buscamos entender por que essas estratégias foram utilizadas, quais as reações do público ao ser exposto a mensagens ideológicas do partido e se as técnicas utilizadas surtiram efeito nas intenções de voto e nos níveis de rejeição dos candidatos. Por intermédio desta pesquisa, conseguimos entender como a formação do público espectador pode ser alterada com a propaganda eleitoral televisiva e quais os resultados dessa ação. Para embasamento teórico, desenvolvemos pesquisa bibliográfica que, por tratar de acontecimentos recentes, expandiu-se a artigos e notícias para maior precisão e rigor teórico. Para apreciação das inserções em vídeo, aplicou-se a análise de conteúdo, dividindo os VTs em unidades para aplicação mais eficiente das estratégias cena a cena. Ao concluir a pesquisa, identificou-se que a equipe da campanha de Dilma soube aproveitar os deslizos da adversária, apresentando propaganda lúdicas, de fácil entendimento e na hora exata. Essa estratégia surtiu efeito e proporcionou à candidata petista um caminho seguro ao segundo turno das eleições presidenciais. Os efeitos das inserções foram sentidos logo nas pesquisas seguintes à veiculação, mostrando que a campanha foi bem recebida pelo público.

Palavras-chave: Política. Propaganda. Ideologia. Campanha.

E-mails: marlon.lesnieski@unoesc.edu.br