

Projetos Alunos

12/11/2011

SHA - CÂMARA DE CIÊNCIAS SOCIAIS, HUMANAS, LETRAS E ARTES (ORAL)

NOME: BEATRIZ RUSSO MORETTI

TÍTULO: MARKETING POLÍTICO DO GOVERNO LULA

AUTORES: BEATRIZ RUSSO MORETTI

ORIENTADOR: Igor Aparecido Dallaqua Pedrini

AGÊNCIA FINANCIADORA (se houver): UEMG

PALAVRA CHAVE: Marketing; Lula; Governo

RESUMO

Este projeto visa analisar a forma de construção do marketing político criado pelo governo Lula focado no próprio presidente e os resultados mostrados num dos principais jornais do mundo – The New York Times – e num dos principais veículos brasileiros: Folha de S. Paulo.

O conceito de marketing político aqui será empregado para o estudo do tema, este conceito é abrangente, mas pode ser definido como o segmento específico dentro da comunicação mercadológica voltada para o plano político que visa estreitar a relação de expectativa de um determinado grupo de pessoas em relação às questões que envolvem seu cotidiano e a materialização da mesma em um candidato a um cargo público ou em um governante de certo cargo político. Se tal marketing for aplicado a tal governante, então o propósito pode ou não ser eleitoral, mas vai estar relacionado à promoção do partido ou mesmo do governo, visando benefícios em negociações exteriores a este. A auto promoção de imagem também pode servir para reafirmar o poder de um governo diante das pessoas, adquirir respeito e ser legitimado como líder. A metodologia usada será a dedutiva e serão utilizadas artigos dos dois jornais citados para observar a forma como o marketing político do Governo Lula foi apresentado nos dois jornais.