

A CONSTRUÇÃO DO DISCURSO NO MARKETING POLÍTICO E ELEITORAL: UMA ANÁLISE DOS MECANISMOS IDEOLÓGICOS DO DISCURSO POLÍTICO DA CANDIDATA DILMA ROUSSEFF DURANTE AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS BRASIL/2014

Orientador: TREVISOL, Márcio G.

Pesquisadora: ALBUQUERQUE, Jéssica

No presente estudo busca-se compreender a importância e o papel que a comunicação exerce em relação à política, para o alcance de resultados expressivos no âmbito político sobre uma sociedade, por meio de sentidos atribuídos à ideologia. Este mecanismo ideológico, que possui como base o marketing e suas ramificações: marketing político e eleitoral, abordam distintos processos, o qual um deles se destaca: a produção da imagem elaborada mediante estratégias publicitárias, que vem ao encontro do discurso persuasivo. Tais estratégias são utilizadas pelo eleitorado para a consagração da campanha eleitoral da candidata à presidência Dilma Rousseff nas eleições 2014. A pesquisa se constitui por meio de pesquisa bibliográfica e exploratória. O método de apreciação utilizado foi a análise do discurso e, conseqüentemente, as características ideológicas de análise. Ainda, faz-se importante indicar a participação da mídia como historicamente determinante para o desenvolvimento dos processos de comunicação e relações sociais que deram origem à midiaticização da política e da opinião pública. Assim, na pesquisa destes elementos presentes na campanha da candidata infere-se o nível estratégico abordado pela equipe responsável pela campanha, com o intuito de construir uma imagem limpa e, acima de tudo, de uma mulher que pudesse ser tomada como exemplo para a sociedade.

Palavras-chave: Ideologia. Marketing político. Marketing eleitoral. Discurso. Eleições.

marcio.trevisol@unoesc.edu.br

je_albuquerque@yahoo.com.br