



MARKETING POLÍTICO NA GESTÃO MUNICIPAL: UMA ANÁLISE DAS PROMESSAS DE CAMPANHA ÀS REALIZAÇÕES NO MANDATO PERCEBIDAS PELA SOCIEDADE

Laira Thamys de Araújo Silva, Frederico Vidigal, Fernando Antônio dos Santos
Lopes

O marketing é uma das mais antigas estratégias utilizadas no mundo, tanto para a para divulgação e interesse comercial de produtos, quanto do que se pretende realizar, não necessariamente com os objetivos econômico-financeiros. O marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais. No âmbito empresarial, estuda-se o marketing com o intuito de observar como os produtos e serviços ofertados por uma organização podem ser melhorados e qual a melhor maneira de despertar o desejo de um consumidor. Ocorre por meio de relações de troca e está envolvido com a seleção de mercados-alvo com vistas a captar, manter e fidelizar clientes por meio da criação, entrega e comunicação de um valor adicional. Na Administração Pública, o Marketing político e eleitoral é utilizado como o esforço direcionado a atrair a atenção e confiança do cidadão eleitor, além de entender suas demandas. Este trabalho é parte integrante de um projeto de pesquisa da UENF e objetiva realizar um estudo teórico-conceitual e empírico acerca do Marketing Político, desde o período pré-eleitoral, envolvendo o discurso de campanha e promessas veiculadas na mídia até uma investigação e mapeamento da percepção da sociedade acerca das efetivas realizações no período de mandato. Metodologicamente, foram recrutados eleitores do município de Campos dos Goytacazes-RJ e as informações foram coletadas por meio do método de *focus group* que envolveu a participação de profissionais liberais, universitários, pedagogos, empreendedores e servidores públicos. Foram mapeadas e categorizadas as suas percepções contrastando-as com efetividade das ações elencadas no plano de governo municipal levando em consideração a percepção dos participantes. Como resultados, a pesquisa demonstrou que, parcialmente, as ações políticas durante o mandato guardam relação com as promessas de campanha. Entretanto, algumas delas compõem um conjunto de ações percebido como uma mera continuação do que fora construído em governos anteriores e outras, sequer, foram iniciadas.

Palavras-chave: Marketing político; promessas de campanha; realizações efetivas de governo

Instituição de fomento: UENF / Fundação Carlos Chagas Filho de Apoio à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ)