

1º Simpósio Nacional de Marketing Político e Opinião Pública

Promoção:

Departamento de Ciência Política da UFMG
Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da UFMG
Grupo de Pesquisas Interfaces Sociais da Comunicação - UNI/BH

Apoios:

Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais – **FAPEMIG**
DCE **Renovação** – UNI/BH

Coordenação:

Prof. Dra. Helcimara de Souza Telles (DCP/UFMG)
Prof. Dr. Luiz Lourenço (UNI-BH)

Local:

Universidade Federal de Minas Gerais (FAFICH/UFMG) – Auditório Professor Bicalho
Centro Universitário de Belo Horizonte (UNI-BH) – Teatro Ney Soares

Período: 18, 19 e 20 de novembro de 2008.

Apresentação do evento:

O simpósio abordará as relações entre Marketing Político, Opinião Pública, Mídia e Comportamento Eleitoral e contará com a presença de acadêmicos que atuam nesta área, além de profissionais do mercado. Terá caráter nacional e será realizado através de parceria entre a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e o Grupo de Pesquisas *Interfaces Sociais da Comunicação*, do Centro Universitário de Belo Horizonte (UNI-BH).

Objetivos Gerais:

Promover e divulgar a discussão entre profissionais de diferentes áreas do conhecimento que operam com **Marketing Político e Opinião Pública**, através da análise do comportamento do eleitor e das estratégias eleitorais fundamentadas no estudo da comunicação e da mídia; discutir os instrumentos de utilização de pesquisas de opinião pública. Ademais, pretende estabelecer um intercâmbio de informações com profissionais da área e possibilitar que os alunos de graduação e pós-graduação envolvidos em projetos de pesquisa entrem em contato com a produção de conhecimento sobre o assunto.

Objetivos Específicos

- Interpretar fenômenos políticos, analisando estratégias e cenários eleitorais;
- Compreender a lógica da comunicação e dos discursos políticos veiculados na mídia;
- Analisar a campanha política em sua dimensão ideológica e pragmática;
- Reconhecer os tipos de pesquisa quantitativa e as principais técnicas estatísticas utilizadas em pesquisas eleitorais;
- Compreender o uso da pesquisa qualitativa no levantamento de imagens, problemas, aspirações e expectativas dos eleitores em uma eleição.

Público-alvo:

- Graduados e estudantes em Ciências Sociais (Sociologia, Antropologia ou Ciências Políticas);
- Profissionais e estudantes da área de Administração e Administração Pública;
- Profissionais e estudantes da área de Comunicação Social; Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Marketing e Relações Públicas;
- Assessores de comunicação, políticos e candidatos;
- Analistas de pesquisas quantitativas e qualitativas;
- Técnicos de nível superior com atuação ou interesse nas áreas de mídia, processos eleitorais e campanhas políticas.

PROGRAMAÇÃO E EMENTAS

18 de novembro	08h30	Solenidade de abertura Local: Teatro Ney Soares – Campus Diamantina – UNI-BH
	09h00	Joint Session <i>“O Brasil sem Lula: como ficam as presidenciais de 2010 depois das eleições municipais?”.</i> Coordenação: Prof. Dr. Luiz Ademir de Oliveira (UNI-BH) Prof. Dr. Dalmir Francisco (UFMG) Expositores: • Prof. Dr. Marcus Figueiredo (IUPERJ) • Prof. Dr. Carlos Ranulfo Melo (DCP/UFMG) • Prof. Dr. Juarez Guimarães (DCP/UFMG) Local: Teatro Ney Soares – Campus Diamantina – UNI-BH
	11h00	Apresentação de Painéis de alunos de Iniciação Científica Alunos do <i>Grupo de Pesquisa Interfaces Sociais da Comunicação</i> (UNI-BH) e da <i>Pesquisa Opinião Pública: Comportamento Eleitoral e Partidos Políticos</i> (DCP/UFMG), envolvidos em pesquisas sobre o tema Comunicação Política, Marketing Político, Comportamento Eleitoral e Opinião Pública. Local: Saguão do Teatro Ney Soares – Campus Diamantina – UNI-BH
	19h30	Conferência de abertura “Marketing e estratégias de campanha” Local: Teatro Ney Soares – Campus Diamantina – UNI-BH
	20h30	Mesa 1: A cobertura das eleições nos blogs 1. Ricardo Noblat (O Globo) 2. Bertha Maakaroun (Estado de Minas) 3. Profa. Dra. Helcimara Telles (Moderador) (DCP/UFMG) Local: Teatro Ney Soares – Campus Diamantina – UNI-BH A relevância que os blogs vêm assumindo como fonte de informações dos eleitores para a tomada de decisão do voto e como fórum de debate sobre política.

19 de novembro	09h30	Mesa 2: “Comportamento eleitoral: o eleitor e seu voto” 1. Prof. Dr. Jairo Nicolau (IUPERJ) 2. Prof. Dr. Lúcio Rennó (UNB) 3. Prof. Dra. Helcimara Telles (DCP/UFMG) 4. Prof. Dr. Bruno Reis (Moderador) (DCP/UFMG) Local: Auditório Prof. Bicalho – FAFICH/UFMG O eleitor e a decisão de voto. Comportamento Político: a formação da opinião pública. Poder Legislativo, Representação Política e Opinião Pública. Como o eleitor forma a sua opinião sobre a política. A opinião do eleitor brasileiro sobre as instituições democráticas e a repercussão de tal atitude na decisão do voto
	19h00	Mesa 3: “Comunicação Política na Mídia” 1. Prof. Dra. Vera Chaia (PUC/SP) 2. Prof. Dra. Maria Cristina Leite (UNI-BH) 3. Prof. Dra. Marlise Matos (DCP-UFMG) 4. Prof. Dr. Luiz Lourenço (Moderador) (UNI-BH) Local: Auditório Prof. Bicalho – FAFICH/UFMG Mídia e eleições. Análise do Conteúdo do Discurso Político na Mídia. Mídia e Tecnologia. Processos e produtos políticos na mídia televisiva. Política midiaticizada e espetacularizada. A política em uma sociedade estruturada em rede e ambientada pela mídia. A propaganda eleitoral na televisão e no Rádio.
20 de novembro	09h30	Mesa 4: “Marketing Político e Partidos Políticos” 1. Prof. Dr. Luiz Cláudio Lourenço (UNI-BH) 2. Prof. Dra. Luciana Veiga (UFPR) 3. Prof. Dr. Cloves Luis de Oliveira (UEFS) 4. Prof. Dr. Adimir Borges (Moderador) (UNI-BH) Local: Auditório Prof. Bicalho – FAFICH/UFMG Partidos Políticos e Eleições. Campanhas eleitorais e estratégias políticas. Análise da relação entre o poder representado pelo voto e a expressão política dos candidatos.
	14h30	Mesa 5: “Pesquisas eleitorais e Opinião Pública” 1. Prof. Dr. Antônio Lavareda (IPESPE) 2. Prof. Dr. Gustavo Venturi (USP) 3. Marcos Coimbra (Vox Populi) 4. Elizabeth Pereira (Moderador) (Pesquisadora UFMG). Local: Auditório Prof. Bicalho – FAFICH/UFMG Pesquisas de Opinião Pública. Estudos de recepção em grupos focais. Pesquisas Quantitativas. Como acompanhar a atitude e o comportamento dos eleitores em um pleito. Interpretações sobre as motivações do voto.

Maiores Informações: www.unibh.br - 0800 0307900 - (31) 3409 5028 - dcp@fafich.ufmg.br