



**AUTOR(ES):** MARCOS ANTONIO GOMES JUNIOR, MARCOS ANTONIO GOMES JUNIOR, MICHAEL MARTINS ROCHA, GREICIELLE SOUZA NASCIMENTO LOPES e MORGANA NERY SILVA.

**ORIENTADOR(A):** SIMONE GELMINI ARAUJO

## **“VOTE EM MIM! ”: OS CANDIDATOS VENCEDORES A PREFEITURA DAS CAPITAIS BRASILEIRAS NO PLEITO 2020 E OS JINGLES DE CAMPANHA ELEITORAL**

### **RESUMO**

As minorias dentro do campo eleitoral, vem crescendo e ganhando força a cada eleição. Este trabalho teve como enfoque principal a análise dos *jingles* do grupo de minorias eleitos na campanha eleitoral para prefeitos e vice-prefeitos em 2020 nas capitais do Brasil .O problema percebido no estudo foi: Quais os critérios para se elaborar um *jingle* político para ser considerado como bem formulado? A pesquisa classifica-se quanto aos fins como descritiva e explicativa e quanto aos meios como bibliográfica utilizando fontes disponíveis em livros, artigos científicos, sites, jornais, revistas, dentre outros.Com a análise dos resultados, verificou-se que houve apenas uma candidata eleita do grupo de minorias, 1 prefeita e 9 vices . Os *jingles*, objeto de estudo da pesquisa, não apresentaram nenhuma evidência em relação à bandeira (causa/grupo) representada pelas minorias, porém foi verificado a existência de direcionamento a grupos de vulnerabilidade social apenas no *jingle* de Cinthia Ribeiro, prefeita eleita em Tocantins - PA, ficando apenas subentendido a representatividade em função da base partidária a que pertencem. Foi possível perceber um número pouco expressivo de candidatos do grupo de minorias, assim como de prefeitos eleitos. Por fim, pode-se inferir que os que compõem o grupo de minorias ainda são sub-representados e estigmatizados na sociedade.

# 15° 2021 FEPEG

FÓRUM DE ENSINO, PESQUISA, EXTENSÃO E GESTÃO

“Universidade e a  
transformação pela  
inovação tecnológica:  
Novas formas do fazer  
pedagógico.”



**Palavras-chave:** Comportamento eleitoral. *Jingles* políticos. Marketing eleitoral