

Alberto Mário Mafra Netto

**AS ESTRATÉGIAS DA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO
E MARKETING NAS DISPUTAS PRESIDENCIAIS
BRASILEIRAS: UM ESTUDO DO IMPACTO DA
COMUNICAÇÃO ENTRE AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS
NO BRASIL PÓS DIRETAS, VERDADE X ILUSÕES**



Conhecimento
Editora

Belo Horizonte

2022

Copyright © 2022 by Conhecimento Editora
Impresso no Brasil | *Printed in Brazil*

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida, seja por meios mecânicos, eletrônicos ou via cópia xerográfica, sem autorização expressa e prévia da Editora.

Conhecimento
www.conhecimentolivros.com.br

Editores: Marcos Almeida e Waneska Diniz

Revisão: Brenda Thais Ferreira; Daniely Rosa Lana Araújo; Letycia Amaral Menezes

Estagiárias de Revisão: Bruna Rocha Barbosa e Maria Eduarda Gomes Meireles

Diagramação: Reginaldo César de Sousa Pedrosa

Capa: Eduardo Reynaldo Coutinho - @movmediabrasil

Foto: Chico Brandão @Chicobrandao / Gal Brandão - @galbrandao

Conselho Editorial:

Fernando Gonzaga Jayme

Ives Gandra da Silva Martins

José Emílio Medauar Ommati

Márcio Eduardo Senra Nogueira Pedrosa Moraes

Maria de Fátima Freire de Sá

Raphael Silva Rodrigues

Régis Fernandes de Oliveira

Ricardo Henrique Carvalho Salgado

Sérgio Henriques Zandoná Freitas

Conhecimento Livraria e Distribuidora

Rua Maria de Carvalho, 16 - Ipiranga

31140-420 Belo Horizonte, MG

Tel.: (31) 3273-2340

Whatsapp: (31) 98309-7688

Vendas: comercial@conhecimentolivros.com.br

Editorial: conhecimentojuridica@gmail.com

www.conhecimentolivros.com.br

324.730981
M187e
2022

Mafrá Netto, Alberto Mário, 1978-

As estratégias da assessoria de comunicação e marketing nas disputas presidenciais brasileiras: um estudo do impacto da comunicação entre as eleições presidenciais no Brasil pós diretas, verdade x ilusões / Alberto Mário Mafrá Netto. - Belo Horizonte: Conhecimento Editora, 2022.

132p. ; 23cm

ISBN: 978-65-5387-025-3

1. Direito eleitoral. 2. Eleições presidenciais- Brasil. 3. Marketing político. 4. Comunicação política. 5. Brasil- Disputas presidenciais. 6. Brasil- Campanhas presidenciais. 7. Propaganda eleitoral. 8. Eleições- Assessoria de marketing. I. Collor, Fernando (Pref.). II. Título.

CDD(22.ed.)-324.730981
CDU - 324

SUMÁRIO

Prefácio	7
Introdução	11
Capítulo 1. Revisão Bibliográfica	21
1.1. Comunicação Política	21
1.1.1. As (Novas) Redes Sociais	23
1.2. Assessoria de Comunicação	30
1.3. <i>Marketing</i> Político	33
1.4. Pesquisa Eleitoral	52
1.5. O Papel do Profissional de Marketing Político	53
Capítulo 2. Metodologia Científica	55
2.1. Introdução	55
2.2. Metodologia	55
2.3. Identificação do Problema	56
2.4. Tipologia da Pesquisa	57
2.5. Definição da Coleta de Dados	57
2.6. Conclusões	58
Capítulo 3. Trajetória da Política no Brasil	61
3.1. Império	61
3.1.1. A Chegada da Família Real	62
3.1.2. Independência do Brasil	65
3.2. República Velha	66
3.3. O Governo Provisório	66
3.4. Assembleia Constituinte	67
3.5. Governos Militares	68
3.6. A República do Café com Leite	69
3.7. Revolução de 30	70
3.8. Golpe do Estado Novo	71
3.9. Ditadura Militar	73
3.9.1. Governo Castello Branco	75
3.9.2. Governo Costa e Silva	76

3.9.3. Governo da Junta Militar	77
3.9.4. Governo Médici	77
3.9.5. Governo Geisel	78
3.9.6. Governo João Figueiredo	79
3.10. Diretas Já.....	80
3.11. Cenário Político Brasileiros Pós Diretas.....	81
3.11.1. Perspectivas para as Eleições de 2018	83
3.11.2. Eleições de 1989	88
3.11.3. Campanhas Eleitorais de 1994 à 2014	90
3.11.4. Eleições de 2018	98
3.12. Novas Mídias Utilizadas nas Campanhas Eleitorais.....	110
Capítulo 4. Considerações Finais.....	115
Referências Bibliográficas	119