



# SUMARIO

## 1

### **INTRODUCAO**

Abertura ao E-zine e apresentação do tema

## 2

### **MÍDIAS TRADICIONAIS**

O papel das Mídias Tradicionais nas Campanhas Eleitorais

## 3

### **DEBATES POLÍTICOS**

O Poder dos Debates Políticos nas Campanhas Eleitorais

## 4

### **COMÍCIOS E EVENTOS**

O Papel dos Comícios e Eventos Públicos nas Estratégias de Campanha;

## 5

### **MÍDIAS DIGITAIS**

As Mídias Digitais nas Campanhas Eleitorais

## 6

### **CONCLUSÃO**

Finalização do tema e conclusão das ideias

# Bem-vindo

**Neste e-zine, analisaremos a propaganda eleitoral, um elemento central nas campanhas políticas, sendo o principal meio pelo qual os candidatos divulgam suas propostas e conquistam o apoio do eleitorado. Exploraremos algumas formas de propaganda, incluindo, televisão rádio, redes sociais, comícios, eventos públicos e debates,**

**destacando suas estratégias e impactos na opinião pública e na decisão dos eleitores. E por meio de uma abordagem detalhada, você compreenderá como as campanhas políticas utilizam essas ferramentas para se conectar com o público, moldar percepções e construir uma imagem pública. Nosso objetivo é oferecer insights valiosos sobre o papel fundamental que a propaganda desempenha no processo eleitoral.**

**Mas antes de nos aprofundarmos nas formas de propaganda eleitoral que vamos explorar neste e-zine, é fundamental entender o que é a propaganda eleitoral e quais tipos são permitidos pela legislação brasileira. Assim estabelecendo as bases para uma análise mas contextualizada.**



**Propaganda eleitoral é quando partidos políticos e candidatos usam mensagens para divulgar suas ideias e propostas aos eleitores, tentando convencer as pessoas a votarem neles. Esse tipo de propaganda é feito durante a campanha eleitoral e segue regras estabelecidas pela lei para garantir que todos os candidatos tenham as mesmas oportunidades e que não haja abuso de poder ou dinheiro. O objetivo principal da propaganda eleitoral é conquistar votos, mostrando ao público por que um determinado candidato ou partido é o melhor para ocupar o cargo que está em disputa.**

# Os tipos de propagandas permitidas na legislação

Termos da legislação eleitoral (Lei nº 9.504/97, art. 41).

No Brasil, a propaganda eleitoral é permitida de diversas formas: materiais impressos podem ser distribuídos, adesivos fixados em veículos particulares e eventos realizados, desde que sigam regras específicas. Em propriedades privadas, faixas e cartazes são autorizados, contanto que sejam espontâneos e gratuitos. Nas vias públicas, cavaletes e bandeiras podem ser usados, desde que móveis e sem obstruir o trânsito. Alto-falantes e comícios são permitidos com horário regulamentado. Na internet, a propaganda é liberada, incluindo lives e impulsionamento pago, desde que informada à Justiça Eleitoral. Já na TV e rádio, o Horário Eleitoral Gratuito garante acesso igualitário aos candidatos, e debates seguem regras específicas para assegurar imparcialidade.

# O PAPEL DAS MÍDIAS TRADICIONAIS NAS CAMPANHAS ELEITORAIS

As mídias tradicionais, como televisão, rádio e jornal, têm historicamente desempenhado um papel central nas campanhas eleitorais, influenciando significativamente a opinião pública, devido ao seu amplo alcance e capacidade de disseminar informações em massa.

Para compreendermos melhor essa influência no contexto das campanhas eleitorais, é essencial primeiro entender o que são essas mídias e como podem ser utilizadas segundo a legislação. Com isso, podemos analisar de maneira mais aprofundada o impacto que elas exercem nas campanhas e na formação da opinião dos eleitores.



## **O QUE SÃO MÍDIAS TRADICIONAIS?**

Mídias tradicionais são os meios de comunicação que historicamente dominaram o cenário informativo e publicitário antes da popularização da internet e das mídias digitais. e fazem parte dela a televisão que é um dos principais veículos de comunicação de massa. O rádio, que é o meio de comunicação que abrange uma vasta audiência. E a Imprensa Escrita, como jornais e revistas que são veículos de comunicação que publicam conteúdo em formato físico e atualmente também online.

## COMO SÃO UTILIZADAS NAS CAMPANHAS?

As plataformas como televisão e rádio são utilizadas para as propagandas eleitorais gratuitas onde partidos políticos e candidatos têm tempo reservado para apresentar suas propostas e persuadir o eleitorado. Esse tempo é regulamentado e distribuído de acordo com critérios estabelecidos por lei, sendo essencial para dar visibilidade às campanhas, já que não é permitido propagandas pagas nesses meios.

Além do horário eleitoral gratuito, é comum que programas de rádio e televisão realizem entrevistas e debates. Esses programas oferecem aos candidatos a oportunidade de expor suas propostas de governo de forma mais abrangente para o eleitor. No entanto, todos esses eventos tem regras impostas pela legislação para evitar favorecimento de candidatos, assegurando uma competição justa e equilibrada.

A empresa escrita por sua vez também é regulamentada para garantir justiça e transparência no processo eleitoral. Mas diferente do rádio e Tv, são permitidos a divulgação de anúncios pagos. Desta forma, os candidatos podem veicular anúncios pagos em jornais e revistas, com limites de quantidade e tamanho específicos para cada meio. Esses anúncios devem ser identificados como pagos e seu custo deve ser divulgado também. E a reprodução desses anúncios na internet é permitida apenas no site do próprio veículo impresso.

A divulgação de opiniões favoráveis a candidatos, partidos ou coligações na imprensa escrita não é considerada propaganda eleitoral, desde que não seja paga. No entanto, a cobertura editorial na imprensa é livre, desde que não configure abuso ou favorecimento explícito a um candidato, que caso sejam identificados, serão investigados e punidos conforme a Lei. Assim, jornais e revistas podem publicar análises, entrevistas e reportagens sobre as eleições, os candidatos suas propostas, e com isso também impactando na formação da opinião pública.



# Qual a sua influência?



A mídia tradicional, composta por jornais, revistas, rádio e televisão, exercer uma influência significativa no cenário informativo e político no país, mesmo em um ambiente cada vez mais digitalizado. Esses veículos, construíram ao longo das décadas uma base sólida de credibilidade, o que lhes confere uma posição de confiança entre o público. Portanto, canais como TV, rádio e jornais continuam sendo fontes importantes de informações confiáveis, por isso muitas pessoas ainda recorrem a esses meios para verificar a veracidade das informações.

A mídia tradicional também historicamente desempenha um papel crucial na formação da opinião pública e na criação de narrativas. Isso é evidenciado pelo impacto que a cobertura da mídia teve em eventos políticos, como as eleições presidenciais e os processos de impeachment. A cobertura negativa, positiva ou imparcial da mídia sobre os candidatos e os eventos políticos pode influenciar significativamente as percepções e decisões dos eleitores. Com isso, meios tradicionais continuam a ser uma força poderosa no direcionamento das discussões sociais e políticas no país.

A transição para a era digital trouxe mudanças significativas na mídia tradicional, já que os hábitos de consumo de informação mudaram com a popularização das redes sociais e dos serviços de streaming, as pessoas passaram a consumir notícias e entretenimento de formas diferentes das anteriores e isso resultou em uma diminuição da audiência dos meios tradicionais. Esse cenário forçou a mídia tradicional a se adaptar, investindo em suas próprias plataformas digitais e em estratégias de engajamento nas redes sociais para manter sua relevância. Mas, apesar das mudanças no cenário midiático e do crescimento das mídias digitais, a mídia tradicional continua sendo uma importante fonte de informação para muitos eleitores ao desempenhar um papel fundamental na disseminação de informações.

Além disso, o impacto das redes sociais na disseminação de notícias falsas também ressaltou essa importância dos veículos de mídias tradicionais como fontes confiáveis de acesso a informação devido a sua credibilidade.

# Comícios e Eventos Públicos



**COMÍCIO MOBILIZADO PELO LULA DIA 17 DE SETEMBRO DE 2022**

Comícios e eventos públicos são momentos de interação direta entre candidatos e eleitores, essenciais para o processo eleitoral. Essas ocasiões oferecem uma oportunidade única para que os candidatos se apresentem de forma autêntica, transmitindo suas ideias e planos de governo diretamente ao público. A importância desses eventos nas campanhas eleitorais se deve à capacidade de criar uma conexão emocional com a plateia, fortalecendo o engajamento e a mobilização dos eleitores em torno de suas propostas.

Outro aspecto crucial é a cobertura midiática desses eventos. A maneira como a imprensa retrata os comícios pode moldar a percepção pública dos candidatos, influenciando tanto a opinião de eleitores indecisos quanto o fortalecimento da base já conquistada. Ao mesmo tempo em que ajudam a construir a imagem dos candidatos, esses eventos também servem como uma plataforma poderosa para a ampliação do alcance de suas mensagens e propostas, potencializando seu impacto eleitoral.

**EVENTO PÚBLICO MOBILIZADO PELO BOLSONARO DIA 7 DE SETEMBRO DE 2022**





## “o povo com...”

A mídia, na função de exibir imagens de grandes multidões, com bandeiras e gritos de apoio, cria a percepção de que há uma mobilização popular massiva em torno de um candidato. A repetição dessas cenas e a escolha de palavras como "mar de gente" ou "onda de apoio" reforçam a sensação de que o político tem um amplo respaldo da maioria, influenciando eleitores indecisos e criando um efeito de manada.

Além disso, a ênfase nos números e comparações entre eventos de diferentes candidatos pode sugerir que um deles é mais popular ou inevitável. Ao destacar o tamanho das multidões, a mídia amplifica a ideia de que existe uma tendência majoritária de apoio, legitimando a imagem do candidato como representante dos anseios da população.

Evidentemente o contrário também é verdadeiro, uma vez que a subestimação de determinadas mobilizações pode, e costuma, desidratar essa construção simbólica de “povo” e molda a opinião pública.



# Debates Políticos e suas regras

Na Era da tecnologia, os debates políticos, transmitidos ao vivo na televisão são amplamente discutidos nas redes sociais, representando momentos de grande tensão e expectativa nas campanhas eleitorais. São nesses eventos que os candidatos têm a chance de se confrontar diretamente, expor suas propostas e, muitas vezes, definir o rumo das eleições. Os debates desempenham um papel crucial na formação da opinião pública, influenciando eleitores indecisos e consolidando a imagem dos concorrentes.

## **A Dinâmica dos Debates: Regras e Estratégias**

Os debates eleitorais não são eventos “sem leis”; pelo contrário, seguem um conjunto rígido de regras que determinam quem pode participar, o tempo de fala de cada candidato e as temáticas que serão abordadas. Essas regras são essenciais para garantir um mínimo de ordem e equidade entre os candidatos, embora, na prática, a habilidade de um candidato em manipular essas regras possa ser determinante para seu sucesso.

Bruno André Blume, em seu artigo para o site Politize!, explica como esses eventos são estruturados e a importância das estratégias adotadas pelos candidatos. Dominar o tempo de fala, responder às provocações com assertividade e usar a linguagem corporal para transmitir confiança são alguns dos elementos-chave para um desempenho eficiente. Candidatos experientes, que estão há anos no meio político, sabem que um bom desempenho em um debate pode criar um momento decisivo na campanha, enquanto um deslize, uma fala controversa, até mesmo uma palavra usada de determinada maneira, pode ser fatal para a sua candidatura.

# Debates como Eventos de Persuasão



Não é apenas o que é dito na tela da TV que importa, mas também como isso repercute entre os eleitores. Fábio Souza Vasconcellos, em sua tese "Do Confronto à Conciliação: Debates Presidenciais na TV como Eventos Persuasivos", destaca que os debates têm o poder de moldar opiniões, mesmo entre aqueles que não assistem ao evento ao vivo. A repercussão na mídia e nas redes sociais amplifica o impacto das performances dos candidatos, transformando declarações e momentos marcantes em manchetes e memes que podem ecoar por dias, até mesmo por anos.

Essa apresentação é especialmente importante em eleições super concorridas, onde uma declaração bem colocada ou um ataque certo podem alterar as intenções de voto de um eleitorado ainda indeciso. Os debates permitem que os candidatos se apresentem sem a intermediação direta da propaganda partidária, colocando em evidência sua capacidade de responder a críticas, formular argumentos e demonstrar preparo para o cargo almejado. Pois ali, ao vivo, na frente da câmera, a única coisa que pode contar é com o seu preparo, suas habilidades de persuasão e de enrolar, quando for necessário.

## O IMPACTO DOS DEBATES NA DECISÃO DO VOTO

Para muitos eleitores, principalmente os indecisos, os debates são um dos poucos momentos em que todos os candidatos se apresentam seguindo as mesmas regras. Este confronto direto permite comparações imediatas entre as propostas e a postura de cada candidato, ajudando o eleitor a formar uma opinião mais informada. No entanto, o impacto dos debates não se limita ao evento em si. Como Vasconcellos aponta, a repercussão mediática pode prolongar e amplificar os efeitos de um debate, influenciando não apenas os que assistiram, mas também aqueles que formam suas opiniões com base nas postagens e reações de terceiros nas redes sociais.

Os debates políticos são muito mais do que simples exibições de retórica dos candidatos; eles são momentos decisivos que podem definir o curso de uma campanha. Ao oferecerem um ambiente para o confronto direto entre candidatos, os debates possibilitam que os eleitores avaliem não só as propostas, mas também a personalidade e a capacidade de liderança de cada candidato. Assim, como a sua falta no evento, também pode ser uma estratégia. Em um cenário onde a opinião pública pode mudar rapidamente, por ser amplamente influenciada pelas redes sociais, a importância desses eventos como ferramenta de persuasão é inegável.

Para os candidatos, preparar-se para um debate é tão crucial quanto às demais estratégias de campanha. E para os eleitores, assistir a esses eventos e refletir sobre seu conteúdo é essencial para exercer um voto consciente e informado.



# DEBATES NA ERA DAS REDES SOCIAIS

Nos dias atuais, não se pode falar sobre o impacto dos debates sem considerar o papel das redes sociais. A transmissão ao vivo é apenas uma prévia; o verdadeiro confronto se dá nas horas e dias seguintes, nas reações e repercussões que invadem as plataformas como o X (antigo Twitter), Facebook, Instagram, Tik Tok, e outras redes sociais. A capacidade de um candidato em engajar o público online, seja por meio de mini vídeos virais ou de discussões calorosas, pode amplificar o impacto de sua participação no debate, trazendo notoriedade para a sua campanha.

A influência das redes sociais também se manifesta na forma como os eleitores interpretam e compartilham informações, às vezes distorcendo ou simplificando as discussões que ocorreram nos debates, aqui voltamos num dos pontos que foram citado acima, quando os recortes de vídeos do debates viralizam. Isso coloca os candidatos na mira dos eleitores e lhes oferece novas oportunidades para moldar sua imagem e narrativa que foram criadas ou criar novas, que condizem com a imagem que querem passar. Mais a frente iremos abordar como as redes sociais podem e são usadas nas campanhas.



# O Impacto das Redes Sociais nas Eleições

As plataformas de redes sociais, como Facebook, X (antigo Twitter), Instagram e muitas outras redes sociais, tornaram-se ferramentas essenciais para que os candidatos possam promover suas propostas; interagir com os eleitores e na mobilização de apoio do eleitorado. Diferente dos métodos tradicionais de propaganda, como rádio e TV, essas plataformas oferecem vantagens significativas em termos de divisão de público, engajamento direto e agilidade na disseminação de informações.



Os candidatos utilizam o Facebook, onde podem criar páginas, grupos, além de seus próprios perfis, onde compartilham suas propostas, organizam eventos e interagem com seguidores por meio de comentários e enquetes. No X (antigo Twitter), a comunicação é mais dinâmica e imediata, com mensagens curtas e diretas, ideais para posicionamentos rápidos e reações a eventos em tempo real. O Instagram, por sua vez, permite uma abordagem visual e emocional, por meio de vídeos curtos e fotos, que humaniza os candidatos e aproxima-os dos eleitores, especialmente entre o público jovem.

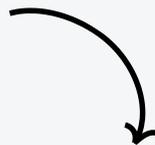


Se formos fazer uma comparação com os métodos tradicionais, a eficácia dessas estratégias digitais é evidente. De acordo com a Agência Câmara de Notícias, a propaganda na internet e aplicativos superou rádio e TV nas eleições de 2018.



De acordo com a Agência Câmara de Notícias, a propaganda na internet e aplicativos superou rádio e TV nas eleições de 2018. O uso de plataformas como WhatsApp e Facebook desempenharam um papel central na disseminação de informações políticas, com um grande número de eleitores utilizando essas redes para consumir e compartilhar conteúdo de forma rápida e atingindo um grande número de pessoas, que por vezes não tem tempo de parar e assistir televisão, por exemplo. As redes sociais oferecem, portanto, uma interatividade que os meios tradicionais não conseguem alcançar, permitindo um feedback direto dos eleitores e a possibilidade de ajuste rápido nas estratégias de comunicação, além de possibilitar uma certa “flexibilidade” de horários que não é possível na mídia tradicional, para que todos, independente de sua rotina consigam a ter acesso a mensagem do candidato de qualquer lugar.

# Atenção



Não podemos deixar de falar que ainda há desafios no uso dessas plataformas, como a necessidade de lidar com a desinformação e a polarização das mensagens, que por vezes podem ficar restritas apenas a pessoas de uma “bolha”. Contudo, a crescente imersão da internet e o uso de smartphones fazem com que as campanhas digitais continuem a ganhar relevância em relação aos métodos tradicionais, destacando-se como uma das principais frentes de mobilização eleitoral nos dias atuais.



# GUIA DO ELEITOR

## PESQUISE OS CANDIDATOS E PARTIDOS

Comece por identificar todos os candidatos que estão concorrendo nas eleições. Analise as plataformas políticas dos candidatos e como elas se alinham com suas prioridades e valores. E seus programas de governo e propostas de políticas públicas. Pesquise o histórico dos candidatos, incluindo suas experiências políticas, cargos ocupados anteriormente e realizações.

**Antes de votar!**  
**Conheça as propostas, histórico e posições dos candidatos e partidos.**

## ACOMPANHE INFORMAÇÕES E NOTÍCIAS

**Fontes confiáveis para obter uma visão abrangente sobre os candidatos e as eleições.**

Comece por identificar todos os candidatos e partidos que estão concorrendo nas eleições. Isso pode ser feito consultando sites oficiais de órgãos eleitorais, como o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) no Brasil.

**Jornais e Revistas: Leia artigos e reportagens de veículos de comunicação respeitáveis.**

**Sites de Notícias: Acompanhe portais de notícias confiáveis e estabelecidos.**

**Televisão e Rádio: Assista a noticiários e programas de debate com entrevistas com candidatos.**

**Redes Sociais: Usar com cautela. Embora as redes sociais possam fornecer atualizações rápidas e interações diretas com candidatos, é essencial verificar a credibilidade das informações e estar atento a possíveis desinformações.**

## EVITE DESINFORMAÇÃO E VERIFIQUE A VERACIDADE DAS INFORMAÇÕES QUE RECEBE!!!

Antes de compartilhar ou acreditar em uma notícia ou dado, é crucial verificar a fonte. Prefira informações provenientes de veículos de mídia estabelecidos e respeitados, que têm um histórico de precisão e ética jornalística. Evite fontes desconhecidas ou com um histórico de disseminação de desinformação.

## FIQUE ATENTO AS TÁTICAS DE MANIPULAÇÃO

Esteja ciente das técnicas comuns usadas em campanhas eleitorais para influenciar a opinião pública, pode te ajudar a proteger sua própria decisão de voto e a se manter informado de forma crítica.

- 1. Fake News:** Disseminação intencional de informações falsas ou enganosas.
- 2. Apelos Emocionais:** Uso de mensagens que apelam fortemente para as emoções.
- 3. Espalhamento de Rumores:** Divulgação de boatos ou informações não confirmadas para criar dúvidas.
- 4. Propaganda Negativa:** Identifique se a campanha está mais preocupada em criticar os adversários.

## **AUTORES:**

Aída Dias Sousa  
Ciências Sociais

Luma Bianca Monho  
Ciências Sociais

Yago de Barros Andrade  
Ciências Sociais

# **PROPAGANDA ELEITORAL NO BRASIL**

Do Tradicional ao Digital

# REFERÊNCIAS

AGÊNCIA C MARA DE NOTÍCIAS. PROPAGANDA NA INTERNET E APLICATIVOS SUPERA RÁDIO E TV NESTAS ELEIÇÕES. DISPONÍVEL EM: [HTTPS://WWW.CAMARA.LEG.BR/NOTICIAS/545580-PROPAGANDA-NA-INTERNET-E-APLICATIVOS-SUPERA-RADIO-E-TV-NESTAS-ELEICOES/](https://www.camara.leg.br/noticias/545580-propaganda-na-internet-e-aplicativos-supera-radio-e-tv- nestas-eleicoes/). ACESSO EM: 31 JUL. 2024;

ANTUNES, LUÍSA. O IMPACTO DAS MÍDIAS NO CENÁRIO ELEITORAL BRASILEIRO, POR LUÍSA ANTUNES. OBSERVATÓRIO DO CONHECIMENTO, 6 DE JUNHO DE 2022. DISPONÍVEL EM: [HTTPS://OBSERVATORIODOCONHECIMENTO.ORG.BR/O-IMPACTO-DAS-MIDIAS-NO-CENARIO-ELEITORAL-BRASILEIRO-POR-LUISA-ANTUNES/](https://observatoriodoconhecimento.org.br/o-impacto-das-midias-no-cenario-eleitoral-brasileiro-por-luisa-antunes/). ACESSO EM: 05 SET. 2024;

BLUME, BRUNO ANDRÉ. COMO OS DEBATES ELEITORAIS FUNCIONAM? DISPONÍVEL EM: [HTTPS://WWW.POLITIZE.COM.BR/TUDO-SOBRE-DEBATES-ELEITORAIS/](https://www.politize.com.br/tudo-sobre-debates-eleitorais/);

BRASIL. TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. CONHEÇA AS REGRAS GERAIS PARA A DIVULGAÇÃO DE PROPAGANDA ELEITORAL. DISPONÍVEL EM: [HTTPS://WWW.TSE.JUS.BR/COMUNICACAO/NOTICIAS/2024/MARCO/CONHECA-AS-REGRAS-GERAIS-PARA-A-DIVULGACAO-DE-PROPAGANDA-ELEITORAL](https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/marco/conheca-as-regras-gerais-para-a-divulgacao-de-propaganda-eleitoral). ACESSO EM: 31. JUL. 2024.;

BRASIL. TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. REALIZAÇÃO DE DEBATES DEVE SEGUIR REGRAS ESTABELECIDAS PELA JUSTIÇA ELEITORAL. TRE-SC, 9 SET. 2020. DISPONÍVEL EM: [HTTPS://WWW.TRE-SC.JUS.BR/COMUNICACAO/NOTICIAS/2020/SETEMBRO/REALIZACAO-DE-DEBATES-DEVE-SEGUIR-REGRAS-ESTABELECIDAS-PELA-JUSTICA-ELEITORAL](https://www.tre-sc.jus.br/comunicacao/noticias/2020/setembro/realizacao-de-debates-deve-seguir-regras-estabelecidas-pela-justica-eleitoral). ACESSO EM: 11 SET. 2024.;

BRASIL. TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. ELEIÇÕES 2024: CONFIRA AS NOVIDADES PARA A PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET. DISPONÍVEL EM: [HTTPS://WWW.TSE.JUS.BR/COMUNICACAO/NOTICIAS/2024/MARCO/ELEICOES-2024-CONFIRA-AS-NOVIDADES-PARA-A-PROPAGANDA-ELEITORAL-NA-INTERNET](https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/marco/eleicoes-2024-confira-as-novidades-para-a-propaganda-eleitoral-na-internet). ACESSO EM: 31. JUL 2024.;

BRASIL. TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (TSE). ELEIÇÕES 2024: CONFIRA AS NOVIDADES PARA A PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET. TSE, 24 MAR. 2024. ATUALIZADO EM: 25 MAR. 2024. DISPONÍVEL EM: [HTTPS://WWW.TSE.JUS.BR/COMUNICACAO/NOTICIAS/2024/MARCO/ELEICOES-2024-CONFIRA-AS-NOVIDADES-PARA-A-PROPAGANDA-ELEITORAL-NA-INTERNET](https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/marco/eleicoes-2024-confira-as-novidades-para-a-propaganda-eleitoral-na-internet). ACESSO EM: 11 SET. 2024.;

BRASIL. TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. PROPAGANDA POLÍTICO-ELEITORAL. [HTTPS://WWW.TSE.JUS.BR/INSTITUCIONAL/ESCOLA-JUDICIARIA-ELEITORAL/PUBLICACOES/REVISTAS-DA-EJE/ARTIGOS/PROPAGANDA-POLITICO-ELEITORAL](https://www.tse.jus.br/institucional/escola-judiciaria-eleitoral/publicacoes/revistas-da-eje/artigos/propaganda-politico-eleitoral). ACESSO EM: 11 SET. 2024.;

BRASIL. TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (TSE). CONHEÇA AS REGRAS GERAIS PARA A DIVULGAÇÃO DE PROPAGANDA ELEITORAL. TSE, 22 MAR. 2024. ATUALIZADO EM: 25 MAR. 2024. DISPONÍVEL EM: [HTTPS://WWW.TSE.JUS.BR/COMUNICACAO/NOTICIAS/2024/MARCO/CONHECA-AS-REGRAS-GERAIS-PARA-A-DIVULGACAO-DE-PROPAGANDA-ELEITORAL](https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/marco/conheca-as-regras-gerais-para-a-divulgacao-de-propaganda-eleitoral). ACESSO EM: 11 SET. 2024.;

BRASIL. TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (TSE). HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO NO RÁDIO E NA TV COMEÇA HOJE (30). TSE, 30 AGO. 2024. ATUALIZADO EM: 2 SET. 2024. DISPONÍVEL EM: [HTTPS://WWW.TSE.JUS.BR/COMUNICACAO/NOTICIAS/2024/AGOSTO/HORARIO-ELEITORAL-GRATUITO-NO-RADIO-E-NA-TV-COMECA-HOJE-30](https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/agosto/horario-eleitoral-gratuito-no-radio-e-na-tv-comeca-hoje-30). ACESSO EM: 11 SET. 2024.;

ESTADÃO. CORRENDO ATRÁS DE VOTOS: O PAPEL DAS REDES SOCIAIS NAS ELEIÇÕES 2022. DISPONÍVEL EM: [HTTPS://WWW.ESTADAO.COM.BR/POLITICA/GESTAO-POLITICA-E-SOCIEDADE/CORRENDO-ATRAS-DE-VOTOS-O-PAPEL-DAS-REDES-SOCIAIS-NAS-ELEICOES-2022/](https://www.estadao.com.br/politica/gestao-politica-e-sociedade/correndo-atras-de-votos-o-papel-das-redes-sociais-nas-eleicoes-2022/). ACESSO EM: 5 AGO. 2024;

FELIPE, ELIAS. A IMPORTÂNCIA DA MÍDIA TRADICIONAL EM TEMPOS DE REDES SOCIAIS. NEXPON, 29 JUN. 2023. DISPONÍVEL EM: [HTTPS://WWW.NEXPON.COM.BR/A-IMPORTANCIA-DA-MIDIA-TRADICIONAL-EM-TEMPOS-DE-REDES-SOCIAIS](https://www.nexpon.com.br/a-importancia-da-midia-tradicional-em-tempos-de-redes-sociais). ACESSO EM: 05 SET. 2024.;

ROQUE, ESIO PAULINO. A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS: FACEBOOK E WHATSAPP NA ESCOLHA DOS CANDIDATOS À PRESIDÊNCIA DO BRASIL EM 2018. UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS, FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS, 2018. CIÊNCIAS SOCIAIS – POLÍTICAS PÚBLICAS.;

SANTOS, PÂMELLA SYNTHIA SANTANA. O OFÍCIO DE CABO ELEITORAL: ENTRE CAMPANHAS, COMÍCIOS E O DIA DA DILITÁ. DISSERTAÇÃO APRESENTADA AO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA, DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE COMO REQUISITO PARCIAL PARA A OBTENÇÃO DO TÍTULO DE MESTRE - 2016;

SHERLOCKCOMMS. MÍDIA TRADICIONAL NO BRASIL: POR QUE ELA AINDA É CONSIDERADA IMPORTANTE? SHERLOCKCOMMS, 6 ABR. 2021. DISPONÍVEL EM: [HTTPS://WWW.SHERLOCKCOMMS.COM/PT/BLOG/MIDIA-TRADICIONAL-BRASIL/](https://www.sherlockcomms.com/pt/blog/midia-tradicional-brasil/). ACESSO EM: 11 SET. 2024.;

VASCONCELLOS, FÁBIO SOUZA. DO CONFRONTO À CONCILIAÇÃO: DEBATES PRESIDENCIAIS NA TV COMO EVENTOS PERSUASIVOS. 2013. 245 F. TESE (DOCTORADO EM CIÊNCIA POLÍTICA) - UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, RIO DE JANEIRO, 2013.