
HGPE Seriado: Ruy Carneiro Prefeito, Primeira Temporada.¹

Luiz CANDOIA²

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

Narrativas seriadas fazem parte do repertório de consumo audiovisual do brasileiro. A política, enquanto prática, tem nos períodos eleitorais maior aproximação junto ao eleitor. Os Horários Gratuitos de Propaganda Eleitoral partem, portanto, na busca de criar um vínculo e maior identificação junto ao eleitorado, fazendo uso de diversos formatos audiovisuais para isso. Seguindo os caminhos de Eco (2019), Machado (2000), Williams (2016) propomos uma leitura inicial dos programas eleitorais do candidato Ruy Carneiro na disputa pela prefeitura de João Pessoa, formatada ao modelo de série televisiva, abrindo o campo para o desenvolvimento de pesquisas futuras.

PALAVRAS-CHAVE: HGPE; narrativa seriada; formatos televisuais; propaganda eleitoral.

INTRODUÇÃO

Os processos eleitorais estão se tornando cada vez mais midiáticos. As redes sociais e as múltiplas telas que tomam conta da vida do eleitor tornam-se porta de entrada para um grande volume de materiais de propaganda política. Mesmo assim, as inserções de TV e os Horários Gratuitos de Propaganda Eleitoral (HGPE) são o grande carro chefe da comunicação eleitoral, por conta de sua gratuidade de exibição e maior alcance possível.

O mercado audiovisual brasileiro é marcado como um rico campo de produção seriada. A televisão no Brasil, com seus mais de 70 anos, se tornou especialista no desenvolvimento de novelas, exportando desde a década de 1970 produções prontas ou roteiros para adaptações³. Fortemente difundido nos Estados Unidos da América, as

¹ Trabalho apresentado no GP Estudos de Televisão e Televisualidades, do XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Bacharel em Radialismo e Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: luicandoia@gmail.com

³ Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/TV-e-Novelas/noticia/2020/09/do-brasil-para-o-mundo-os-titulos-das-novelas-brasileiras-no-externo.html> Acesso em: 24 de jul. de 2021.

séries diferem das novelas em tamanho e tempo de exibição, funcionando por uma lógica de temporadas, com episódios contados e arcos narrativos menores.

Com ambos os formatos fazendo parte do repertório audiovisual do brasileiro, é comum que outros campos façam uso de suas lógicas para exibição e cativação do espectador. A publicidade, em especial, se apropria do modelo lançando campanhas dos mais diversos produtos em formatos seriados e a propaganda eleitoral audiovisual também vai por esse caminho. O HGPE e seus produtos costumam fazer uso de outras linguagens para construir sua própria, adotando um hibridismo entre os formatos, sempre com o intuito de chamar atenção e causar empatia junto ao eleitorado espectador.

Para o presente artigo buscaremos explicitar o que é e o que representa o HGPE para o processo eleitoral. Em um segundo momento, transitamos por conceitos e definições sobre serialidade narrativa e televisiva, formatos e suas lógicas. A partir disso analisaremos os primeiros nove programas de TV exibidos pela campanha eleitoral do então candidato Ruy Carneiro (PSDB)⁴, organizados de maneira seriada. O objetivo, cabe destacar, não está na análise do conteúdo político exposto, mas sim na visualização, identificação e compreensão de elementos clássicos da serialidade televisiva impressas nos guias eleitorais referidos.

Ainda em estágio inicial, o presente artigo servirá de ponto de partida para pesquisas futuras, abrindo o olhar para o campo e expandindo as possibilidades de estudos com o HGPE ocupando o papel de objeto protagonista.

2 HGPE E PROPAGANDA ELEITORAL AUDIOVISUAL

A propaganda eleitoral audiovisual tem como principal elemento os Horários Gratuitos de Propaganda Eleitoral. Estabelecido em um primeiro momento por conta da lei 4.115/62, teve sua nova promulgação através da lei 9.504/97. Prestes a completarem 60 anos, os HGPE se estabelecem como um compilado de materiais audiovisuais voltados para a propaganda das ideias, propostas e apresentação dos candidatos e coligações dentro dos processos eleitorais. Tendo suas regras atualizadas a cada eleição, o programa hoje é composto por dois blocos de 10 minutos exibidos em duas faixas

⁴ Deputado Federal, Ruy Carneiro foi candidato pela coligação *Cidade do Ritmo Certo*, composta por PSDB, PL, PSC e PSD. Ao fim do primeiro turno, ficou em terceiro, entre 14 candidaturas, no número de votos, com 16,37% dos votos válidos, não sendo classificado para o segundo turno.

horárias, tendo sua versão diurna exibida às 13 horas e a noturna, às 20 horas. O tempo do bloco a qual cada partido ou coligação tem direito é calculado com base no seu respectivo número de integrantes na Câmara dos Deputados e a transmissão, que se dá em cadeia de rádio e televisão, é obrigatória para as emissoras e gratuita para os partidos e coligações.

O HGPE surge como ferramenta proposta pelo Estado para manutenção de uma eleição limpa e equilibrada, fazendo com que todos tenham acesso a programa em rádio e televisão, independente da verba disponível para cada candidato ou coligação. Hoje, é bem verdade, a distribuição de tempo para as exibições se torna um ponto chave na configuração das coligações a cada pleito, havendo muita barganha e acordo entre partidos. Panke e Tesseroli (2016) resgatam também a importância social que o HGPE tem no cotidiano da população, sendo responsável não só pela exibição dos materiais dos candidatos, mas também por demarcar no imaginário popular o “tempo da política”, indicando “o momento em que a política entra nos espaços privados das famílias através da televisão e do rádio, invertendo a lógica do debate político.” (PANKE; TESSEROLI, 2016, p. 107).

Cada vez mais, o cidadão mergulha em um mundo de informação excessiva (ALDÉ, 2001), o que leva a busca individual de cada um por sinais que os ajudem, sendo uma espécie de guia para a compreensão e ajuste dentro daquele contexto, atribuindo-lhe sentido aos códigos expostos. Ora por meio de encenações, ora simulando um noticiário, ou até mesmo videoclipes musicais, a propaganda eleitoral audiovisual recorre à própria lógica de um programa televisivo para emissão de códigos (AZEVEDO, 2010). Eco (1993, p. 14) define a TV como um aparelho “multidimensional e multissensorial, com a presença de códigos icônicos, linguísticos e sonoros”. Gomes (2004, p. 24) traz a “necessidade de conversão do discurso político segundo a gramática do audiovisual e as fórmulas de exibição e de narração próprias do universo do entretenimento.” Para Eco (*idem*) “[...] Esses códigos interferem com a audiência, e, de acordo com as funções das mensagens, fazem emergir diversos níveis de significado”.

Os materiais presentes dentro do HGPE não possuem formato pré-determinado. A propaganda política busca, atuando de diversas maneiras, penetrar o imaginário do eleitor. Aldé (2001, p.6) lembra que “o público (eleitor) interage com o mundo político através das mídias de massa”, fortalecendo a necessidade de real eficácia por conta dos

materiais veiculados. Para Magalhães (apud PANKE; TESSEROLI, 2016, p. 107) "o HGPE deve retirar os indivíduos de um contexto no qual suas preocupações estão estruturadas em função dos problemas do cotidiano e transformá-los em um público eleitoral, com o mínimo de atenção ao processo que lhes demanda atenção" (MAGALHÃES, 1995, p. 125).

Neste contexto, buscaremos ler um programa eleitoral específico como obra audiovisual (e televisiva) seriada recorrendo a modelos comuns ao olhar do público e eficazes enquanto instrumento narrativo e comunicacional.

3 SÉRIE, SERIADO, SERIALIDADE NA TV

Historicamente, o modelo de televisão brasileiro teve como força motriz a produção fabril de conteúdos seriados. Desde a TV constantemente ao vivo, para depois com o surgimento do videoteipe, as novelas foram o carro chefe do mercado e principais produtos de consumo para o público espectador. O formato, que vem dos romances-folhetim do jornal impresso, surge primeiro de maneira sonora no rádio, migrando para o televisor com a ascensão da tecnologia e sua popularização na vida do brasileiro médio.

A lógica de se contar uma história em série na tela surgiu anteriormente ao televisor, no cinema, com a exibição de pequenas películas nos *nickelodeons*⁵ americanos, tendo a primeira metade do século XX sido espaço para o surgimento de várias sagas ou histórias que se passavam por diferentes filmes lançados em sequência. A migração para a TV se dá ao fim desse período, com o mercado vendo a nova plataforma como escape para o declínio do gênero vivido no cinema.

A produção seriada televisiva lembra, em muito, o modelo industrial de produção de bens e produtos. A proliferação de novas séries, nos mais variados canais e nos mais variados formatos, se assemelha para muitos, à própria lógica da produção automobilística (MACHADO, 2000), adequando constantemente os modelos e formatos. Entretanto, recorremos aqui a Eco (1989, p. 123), que define a série, dentro do contexto presente no artigo, como sendo algo relacionado "íntima e exclusivamente, à estrutura narrativa.". Arlindo Machado (2000) traça, ao definir os conceitos de serialidade, os três tipos principais deste modelo narrativo na televisão.

⁵ Um modelo de sala precursora das salas de cinema que vemos hoje. Era comumente usada para a exibição de pequenos filmes.

A *serialidade*, “apresentação descontínua e fragmentada do sintagma audiovisual” (MACHADO, 2000, p. 83) pode funcionar tendo uma única narrativa, capaz de se desenrolar durante uma única temporada ou mesmo de toda a série e seus anos. Neste modelo surgem tramas e sub-tramas paralelas, que podem, ou não, se desenvolver na órbita do núcleo central da história. O modelo é muito comum na televisão brasileira, sendo rotineiramente aplicado às telenovelas.

Há também, ainda segundo Machado, o modelo seriado que segue uma lógica episódica, montando sua estrutura narrativa de maneira com que cada emissão gere uma história completa, com início, meio e fim, repetindo de maneira episódica os personagens ou contexto. O autor ressalta que neste modelo “um episódio, via de regra, não se recorda dos anteriores nem interfere nos posteriores [...]” (MACHADO, 2000; p. 84).

Para além, no terceiro modelo temos a prática de manutenção da temática, porém sem a necessidade de os episódios dialogarem diretamente. Neste formato, os episódios se conectam através da base histórica geral da série, que serve de fio condutor ou tema, não havendo a necessidade do compartilhamento de outros pontos entre as narrativas. Personagens, tom narrativo e todas as outras partes do todo podem ser completamente diferentes umas das outras.

Embora os escritos de Machado sirvam como baliza para o desenrolar do presente artigo, é preciso notarmos que, por mais claros que fiquem os modelos, é possível observar, em um exercício de análise rápida do mercado, o processo de adaptação pelo qual as obras têm passado. Não é incomum observarmos produções que mesclam estilos e lógicas, expandindo suas definições e enquadramentos, intercalando em si cada jeito possível de se contar uma narrativa.

Acontece que independente do modelo de série, há dentro do processo de construção dessas narrativas, uma maior preocupação e compromisso com a serialidade e a estética da repetição em si, fazendo com que, nas palavras de Balogh (2002, p. 3) surjam “reiteraões e simplificações narrativas”. Ao analisarmos o HGPE com esse olhar, buscamos aquilo que França (2009, p. 223) chama de “chave de leitura dos processos comunicativos televisuais”, visando compreender seu todo e seus limites.

4 ABORDAGEM E MÉTODOS

Abordaremos os HGPE como um tipo de produto ainda não classificado e possuidor de gênero no universo televisivo. Os materiais de propaganda política costumam adotar diversos formatos narrativos, utilizando o hibridismo como elemento basilar para sua concepção enquanto obra audiovisual.

Ainda de maneira incipiente, o que o presente artigo busca é aplicar o olhar, partindo da lógica da construção seriada, sobre os materiais veiculados, visando entendê-los enquanto formato e obra ficcional de narrativa seriada. Ao longo da análise, os termos *série* e *seriado* poderão ser utilizados como sinônimos, ainda na busca pela adequada classificação. Objetivamente, não é intenção do presente artigo alcançar definições, mas sim apresentar um caminho para pesquisas maiores no futuro.

O corpus central será constituído pelos programas eleitorais do candidato Ruy Carneiro (PSDB) nas eleições para prefeito da cidade de João Pessoa em 2020. Dentro dos HGPE veiculados, selecionamos os nove primeiros para análise. Veiculados entre 9 e 18 de outubro do ano eleitoral, constituíram dentro da lógica eleitoral do candidato, como sendo a “primeira temporada” de seus guias eleitorais.

A análise consistirá de um “raio-x” dos programas veiculados, buscando identificar, baseado nas teorias e estudos sobre séries, nuances, momentos, signos que os configuram enquanto série ou seriado televisivo, buscando indicá-lo ao debate posterior quanto a gênero e/ou formato televisivo.

5 RUY CARNEIRO, A SÉRIE (?)

No Brasil uma regra comum das eleições está aplicada na manutenção dos guias eleitorais. Os programas que formam o HGPE constituem-se de um compilado de ideias de cada candidato ou coligação, tendo sua exibição garantida por lei. À primeira vista, o olhar para o HGPE empurra a compreensão para o campo puro e simples da propaganda, entretanto, o novo perfil do eleitor e da sociedade em geral obriga as candidaturas a readequarem seus mais materiais, tornando-os mais palatáveis e fluidos, rompendo com a sisudez vinculada ao mundo da política, fazendo uso da naturalização da linguagem televisiva (TORRES, 2014). Nas eleições municipais de 2020, a campanha do candidato Ruy Carneiro se propôs a isso, utilizando-se de uma lógica híbrida no formato de se contar uma história.

Manin (1995) ressalta que a oportunidade de falar diretamente ao eleitor torna a eleição personalista. Vota-se na pessoa do candidato, não em seu partido ou coligação,

fazendo dele o protagonista de toda a narrativa, com seu arco de desenvolvimento sendo impresso nos materiais.

Guias eleitorais são, por natureza, obras ficcionais. Embora o termo “ficção” seja corretamente atrelado a produtos diferentes, é preciso compreender o papel dos programas dentro da lógica eleitoral. Figueiredo et al (1997) nos recordam que candidatos em disputa travam seus debates baseados na projeção de seus respectivos mundos possíveis. O tempo todo, dentro da propaganda política eleitoral, se projeta o futuro que, ainda distante, se instaura na imaginação do eleitor. Em sua essência, os seriados de televisão acabam por seguir essa lógica. Os produtos com formatos tradicionais acabam por construir por construir seus próprios universos, ora inspirados na realidade, como a Nova Iorque da série *Friends*⁶, ora fantasiosos, como a *Westeros* de *Game Of Thrones*⁷.

Balogh (2002) lembra que dentro do universo das séries, aquelas ficcionais não possuem a necessidade de retratar a realidade, fixando responsabilidade apenas na entrega daquilo que foi contratado pelo consumidor em sua apresentação, o que dentro do HGPE se estabelece nessa projeção de mundo proposta pelos candidatos, trazendo ao mundo real o fio condutor da obra.

O caso do HGPE em questão se torna especial ainda, se levarmos em conta sua duração. Cada episódio da série televisiva “Ruy Carneiro Prefeito” teve um minuto e cinquenta e nove segundos de duração, fazendo caber neles elementos clássicos das séries de TV tradicionais e populares. Para Machado (2000, p. 97) a “riqueza da serialização televisual está, portanto, em fazer dos processos de fragmentação e embaralhamento da narrativa uma busca de modelos de organização que sejam não apenas mais complexos, mas também menos previsíveis e mais abertos ao papel ordenador do acaso”, que neste caso é o eleitor. Deste modo, a campanha de Ruy Carneiro monta sua série, espalhada pelos nove primeiros episódios de seu programa político, conforme apresentadas em sequência.

Séries televisivas iniciam sua jornada através de um episódio chamado “piloto”. Seu papel, dentro de toda narrativa, é o de introduzir os personagens, ambientes e tom

⁶ Sitcom do canal estadunidense NBC. Embora gravada em estúdio, tinha Nova Iorque como seu pano de fundo. Teve 236 episódios exibidos entre os anos de 1994 e 2004.

⁷ Série de fantasia da também estadunidense HBO. Teve seus 73 episódios exibidos entre 2011 e 2019.

do produto. Dentro do recorte estabelecido, podem-se identificar claramente estas características nos dois primeiros programas analisados. Dividido em dois episódios, a campanha faz uso em sua primeira parte de uma constante narração em terceira pessoa, apresentando pela visão e voz dos coadjuvantes quem é o protagonista. O candidato, dono do papel principal nesta história, tem sua apresentação feita a partir do seu papel na jornada de cada integrante do elenco de apoio, tirando de seus ombros o papel auto elogiador comum em guias eleitorais.

Os materiais analisados aqui não estão isolados dentro do HGPE. É por sorteio que acaba sendo definida a ordem de exibição de cada candidato no programa. O fluxo televisivo (WILLIAMS, 2016) acaba por se instaurar neste pequeno universo, com os programas, que são “uma série de unidades com tempo definido” (WILLIAMS, p. 98), sendo organizados e exibidos de maneira ininterrupta. Todavia, a lógica televisiva comercial recorre a interrupções e pausas em sua programação. A necessidade de financiamento abriu margem para a exploração de intervalos comerciais que dividem os programas em blocos já em suas concepções. Para Williams (p. 102), a divisão por blocos em obras de curta duração se dá a partir de atos narrativos, por isso os programas do candidato Ruy Carneiro não fogem a esta regra. Embora curtos, acabam por “copiar” o modelo televisivo clássico, aderindo a um modelo composto por blocos e com pausas marcadas, seja por vinhetas ou o uso de *fades*⁸, recursos costumeiramente utilizados em seriados de televisão.

O senso comum tem em mente um modelo padrão de ficção seriada televisiva. Dentro dessa concepção, um elemento acaba por ser marcante dos produtos: as aberturas. O recurso, utilizado para apresentação de créditos de produção e elenco, serve também como introdução do programa e da narrativa, além do papel crucial dentro do fluxo de ser o objeto responsável por despertar interesse naquela obra que está por começar (WILLIAMS, 2016). Ao assistir os materiais de Ruy, pode-se observar a presença de uma abertura especial para cada programa, infantilizada quando se trata de políticas públicas para crianças, fazendo uso da cidade e de situações que serão desenvolvidas no decorrer do episódio.

Recordamos o papel híbrido que o HGPE ocupa em termos de formato e gênero. Ao apostar em um formato, a campanha precisa sustentar sua linguagem. O objeto

⁸ Fades são recursos de edição de vídeo. Nele a tela sai do ponto A para o B, sendo fade in quando a imagem surge a partir da tela preta, e fade out quando a imagem vai se apagando até a tela preta.

analisado em questão, ao optar pelo formato de série, acaba por incorporar esses elementos. Séries de TV, assim como todos os programas pensados para a plataforma, são divididos por blocos, partes do todo separadas por intervalos comerciais. Com seus cento e dezenove segundos de duração, o HGPE adapta a lógica das pausas com recurso para mudanças de assunto, fazendo cada bloco ser ponto para uma proposta diferente do candidato.

No que diz respeito a sua narratologia, temos como conflito central da trama a cidade que existe e a que queremos. Este é o motor que conduz cada episódio, guiando as ações do personagem central da série, o levando do A, que faz dele um agente político com experiência em cuidar das pessoas, ao ponto B, no papel de candidato ideal para a missão de ser prefeito.

A “temporada” da série analisada adotou um modelo episódico. Nela, a cada dia vimos uma parte que se esgotava em si mesma, com exceção aos dois primeiros episódios que são complementares. A articulação entre os dias de exibição se dá através de um outro método tradicional das narrativas seriadas televisivas. O *previously on* ou *anteriormente em* é um recurso comum, que utilizado no início de cada parte, serve para conectar o episódio novo à jornada narrativa construída até então através da recapitulação. Adiante, vemos ao final de cada episódio uma prévia daquilo que será exibido nos episódios futuros. O episódio final da série também faz uso da recapitulação para buscar tudo o que foi exposto, levantando melhores momentos da jornada do protagonista, concluindo com um convite para uma eventual segunda temporada, que no jogo eleitoral seria o mandato conquistado pelo candidato.

6 CONSIDERAÇÕES E APONTAMENTOS

Guias eleitorais são para o público em geral um material indigesto. A crise política na qual o país está inserido afasta o interesse do eleitor do assunto de maneira geral. Aliados a isso, temos a dificuldade da política partidária em gerar identificação no público, levando a política e os processos eleitorais a serem extremamente personalistas.

Enquanto produtos audiovisuais, os HGPE são ricos materiais em oportunidades de análise. Sua composição, enquanto produto comunicacional, podendo seguir lógicas distintas dentro de uma mesma exibição. Abrindo o leque para outras campanhas ao longo do tempo, é possível identificar a impressão de videoclipes, matérias jornalísticas

e telejornais, documentários ou teatralizações, além de vários outros tipos de obras audiovisuais servindo como modelo base para a propaganda política.

Para o presente artigo buscamos uma leitura pela ótica da serialização. Ao longo do texto não se procurou entrar em aspectos de conteúdo político exposto. O interesse pelo corpus se deu com enfoque na sua riqueza comunicacional. Também não se objetivou definições ou grandes teorizações em cima da teoria da serialidade, optando por uma análise baseada no formato clássico, seguindo o fio de elementos e componentes basilares do formato ao longo da temporada escolhida.

Neste contexto, foi possível identificar dentro dos materiais analisados uma série de elementos comuns aos produtos seriados televisivos, fazendo-se notar a lógica da divisão por blocos em cada episódio, com uso de vinhetas para marcação destes momentos. Além de elementos, como a introdução de cada episódio que rememora o anterior e um resumo ao fim de cada parte, alertando o espectador daquilo que ainda está por vir na série, mas também se foi possível observar o desenvolvimento de um arco dramático, com o personagem central se desenvolvendo enquanto candidato ideal para a condução de seu mundo possível.

Incipiente, a pesquisa faz parte de um processo maior de construção de conhecimento e aprendizagem, servindo como ponto de partida para o desenvolvimento de pesquisas futuras, além de seu desdobramento em produções mais aprofundadas.

Conclui-se a exposição relembrando o papel fundamental que os HGPE possuem em nosso contexto social, sendo ferramenta fundamental para o processo democrático brasileiro. Para além, o objeto de estudo se demonstra rico e repleto de ramificações ainda por serem exploradas no campo das ciências da comunicação, algo que pode ser objetivo de todos nós que fazemos parte do campo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALDÉ, A; **A construção da política:** cidadão comum, mídia e atitude política. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) - Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Universidade Cândido Mendes. Rio de Janeiro, p. 232. 2001. Disponível em: encurtador.com.br/wAFVY. Acesso em: 10 de jul. 2021.

AZEVEDO, J; **Os programas de governo no Horário Gratuito de Propaganda eleitoral:** um estudo das eleições governamentais no Rio Grande do Norte em 2006. Dissertação (Ciências Sociais) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, p. 205. 2010. Disponível em: encurtador.com.br/nqNT4. Acesso em: 8 de jul. 2021.

BALOGH, A. M: Sobre o conceito de ficção na TV. *In: XXV Congresso brasileiro de ciências da comunicação. Anais...* Salvador. 2002. Disponível em: encurtador.com.br/coJSZ Acesso em: 18 de jul. de 2021.

_____. **O Discurso Ficcional na TV: Sedução e Sonho em Doses Homeopáticas.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

ECO, U. **Apocalípticos e integrados.** São Paulo: Perspectiva, 1993.

_____. **Sobre os espelhos e outros ensaios.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

FRANÇA, V; O “popular” na TV e a chave de leitura dos gêneros. *In: GOMES, I. (Org.) Televisão e Realidade.* Salvador: EDUFBA, 2009. p 223-240.

FIGUEIREDO, M. et al; Estratégias de persuasão eleitoral: uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral. **Opinião Pública**, Campinas, v. 4, n. 3, p. 182-2013. 1997. Disponível em: encurtador.com.br/bcw58. Acesso em: 20 de jul. 2021.

GOMES, W. **Transformação da política na era da comunicação de massa.** São Paulo: Paulus, 2004;

MACHADO, A. **A televisão levada a sério.** São Paulo: Senac, 2000.

MAGALHÃES, R.F. A ciência política e o marketing eleitoral: algumas elaborações teóricas. **Revista Comunicação & Política**, Rio de Janeiro, v. 1, n.3. abr.-jul. 1995. p. 127-138.

MANIN, Bernard. Metamorfoses do governo representativo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais.** São Paulo, n. 29, p. 5-34, 1995. Disponível em: encurtador.com.br/gyQ19. Acesso em 18 de jul. de 2021.

PANKE, L; TESSEROLI, R; Horário gratuito de propaganda eleitoral: características e aceitação dos eleitores. **Comunicação & Sociedade**, v. 38, n. 2, p. 103-127, 2016. Disponível em: encurtador.com.br/KOZ0. Acesso em 15 de jul. 2021.

TORRES, E. Por uma definição contemporânea de televisão. **Revista LER** 2014.

WILLIAMS, R; **Televisão: tecnologia e forma cultural.** São Paulo: Boitempo, 2016.

MATERIAL ANALISADO

Guia Eleitoral 2021.1 - Ruy Carneiro. Disponível em
<https://www.youtube.com/watch?v=BXoCFCWaRFI&t=1s&pp=sAQA>

Guia Eleitoral 2020.2 - Ruy Carneiro #Ruy45. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=uBjR233TmZg&pp=sAQA>

Guia Eleitoral 2020.3 - Ruy Carneiro #Ruy45. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=h3jSywE6MS8&t=37s&pp=sAQA>

Guia Eleitoral 2020.4 - Ruy Carneiro #Ruy45. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=DEeCCnQ4Bqs&pp=sAQA>

Guia Eleitoral 2020.5 - Ruy Carneiro #Ruy45 - Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=d7OIXliv5W8&t=28s&pp=sAQA>

Guia Eleitoral 2020.6 - Ruy Carneiro #Ruy45 - Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=rm81Xv5hgmE&t=58s&pp=sAQA>

Guia Eleitoral 2020.7 - #Ruy45 - Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=deqVi4EHpW0&t=25s&pp=sAQA>

Guia Eleitoral 2020.8 - #Ruy45 - Disponível em:
https://www.youtube.com/watch?v=QD_PP7bZYyE&t=10s&pp=sAQA

Guia Eleitoral 2020.9 - #Ruy45 - Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=d-C1eYILt0k&t=33s&pp=sAQA>