

livros recebidos

**QUEIROZ, Adolpho (Org.).**

No espaço cênico da propaganda política, mídia, comunicação e marketing político nas campanhas presidenciais brasileiras.

Taubaté: Papel Brasil, 2011, 332p.

Contatos: [adolpho.queiroz@metodista.br](mailto:adolpho.queiroz@metodista.br) / [adolpho.queiroz@mackenzie.br](mailto:adolpho.queiroz@mackenzie.br)

De Deodoro da Fonseca (1889) ao estágio mais recente da história brasileira, a obra *No espaço cênico da propaganda política*, organizada por Adolpho Queiroz, coloca em perspectiva as ações de comunicação e de propaganda mais marcantes no decorrer das disputas pelo poder governamental. A coletânea de 19 artigos reunidos nesta publicação possibilita uma reflexão sobre os diferentes contextos a partir dos quais os aspirantes ao cargo máximo do poder público – a presidência do país – tiveram que construir suas estratégias eleitorais.

Alguns momentos fascinantes da história da propaganda política estão representados na obra, como a utilização do rádio para a conformação da chamada ideologia estadonovista, tendo Getúlio Vargas utilizado os recursos dessa mídia na sua aproximação com o público, e as táticas políticas empregadas na eleição de Jânio Quadros à Presidência da República, em 1960.

Embasado em jornais, revistas e documentos históricos, além de obras teóricas clássicas do campo político, da

comunicação e do marketing, o livro diferencia-se pela abordagem dos primórdios da propaganda e do jornalismo brasileiro, ilustrando como a imprensa figurou com destaque entre os grupos dominantes e permitiu a construção de uma unidade discursiva em torno de um objetivo político nacional. Voltado a todas as pessoas que trabalham, estudam ou se interessam pelo tema, a obra traz uma discussão fundamentada, inteligente e em linguagem acessível para se entender a importância da propaganda no âmbito da política brasileira.



**Sobre o organizador**

Adolpho Queiroz é pós-doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). É mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB), tendo se graduado em Publicidade e Propaganda pela Universidade Metodista de Piracicaba (Unimep). É professor do Programa de

Pós-Graduação em Comunicação Social da Umesp e de Graduação em Publicidade e Propaganda da Universidade Presbiteriana Mackenzie. É presidente da Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político (Politicom), além de ex-presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

Fonte: <http://www.pluricom.com.br/clientes/no-espaco-cenico-da-propaganda-politica/pesquisadores-desvendam-os-bastidores-da-propaganda-politica-na-historia-brasileira>