



# A VITÓRIA DA UNIÃO E O HORÁRIO GRATUITO DE PROPAGANDA ELEITORAL: os discursos sobre o plebiscito no Pará<sup>1</sup>

## THE VICTORY OF THE UNION AND THE FREE TIME ELECTION ADVERTISING: discourses on the Plebiscite in Pará

Evelyn Cristina Ferreira de Aquino<sup>2</sup>

**Resumo:** O Plebiscito no Pará em 2011 foi um acontecimento político para sua população, convocada, pela primeira vez na história, para decidir sobre a futura organização político-territorial de um Estado. A consulta aconteceu dentro dos moldes de uma eleição e propôs a escolha entre o "sim" e o "não" para a criação dos estados do Carajás e do Tapajós. Este artigo propõe uma análise dos discursos presentes em programas televisivos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, do plebiscito de 2011. A campanha na televisão começou no dia 11 de novembro e encerrou no dia 7 de dezembro. Ao todo, foram produzidos 80 programas, veiculados às 12h-12h10 e às 19h30-19h40. Foram estudados 10 dias de veiculação. O método de pesquisa empregado foi o da análise do discurso na vertente dialógica de Mikhail Bakhtin. Outros autores importantes foram Antonio Fausto Neto, para compreender as estratégias discursivas; Eliseo Verón, sobre discurso político, enunciação e enunciado; Vera França e Adriano Duarte Rodrigues, acerca da discussão sobre interação comunicacional.

**Palavras-Chave:** Plebiscito no Pará. Estratégias. Discursos.

**Abstract:** The Plebiscite in Pará in 2011 was a political event for its population, convened for the first time in history, to decide on the future political and territorial organization of a state. The consultation took place along the lines of an election and proposed the choice between "yes" and "no" to the creation of the states of Carajás and Tapajós. This article proposes an analysis of the discourse of television programs in the Electoral Propaganda Free Time, the plebiscite of 2011. The campaign on television began on November 11 and ended on 7 December. In all, 80 programs were produced disseminated to 12h-12h10 and 19h30-19h40. 10 days of placement were studied. The research method used was that of discourse analysis in the dialogical dimension of Mikhail Bakhtin. Other important authors were Antonio Fausto Neto, to understand the discursive strategies;

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Mídia e Eleições VI Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VI COMPOLÍTICA), na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), de 22 a 24 de abril de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará. Email: evycristina@yahoo.com.br



*Eliseo Verón on political discourse, enunciation and statement; Vera França and Adriano Duarte Rodrigues, about the discussion of communicative interaction.*

**Keywords:** *Plebiscite in Pará. Strategies. Discourses.*

---

## 1. Apresentação

No dia 11 de dezembro de 2011, a população paraense protagonizou um acontecimento histórico na trajetória político-democrática do país, por meio da decisão, em plebiscito, sobre a configuração político-territorial de um Estado. Até então, a formação ou extinção de unidades federativas no Brasil era realizada por decisão exclusiva da administração federal.

A partir da Constituição de 1988, artigo 18, no que tange à organização político-administrativa dos Estados, é previsto em Lei Complementar, o surgimento e transformação em Estado, ou reintegração ao Estado de origem, dos territórios federais da União. O plebiscito deve ser convocado em casos de decisão sobre desmembramento, incorporação e subdivisão de Estados com anexação a outros, ou para a criação de novos territórios federais (BRASIL, 1988).

A Resolução nº 23.354/2011 do Tribunal Superior Eleitoral, dispôs sobre o planejamento, organização e execução da propaganda eleitoral gratuita e obrigatória do plebiscito. A votação plebiscitária foi regulamentada pela Lei nº 9.709/98, que determina a participação da população diretamente interessada na decisão sobre desmembramentos de territórios e criação de novos estados.

O horário gratuito de propaganda eleitoral (HGPE) começou no rádio e na televisão no dia 11 de novembro e foi até o dia 7 de dezembro de 2011. Neste artigo, propomos uma análise das estratégias e dos discursos presentes em programas do HGPE, das frentes pró e contra a criação dos estados do Carajás e do Tapajós.

Votaram no plebiscito 4.848.495 eleitores, o resultado foi o seguinte: 66,6% decidiram pela não criação do Carajás e 66,08% votaram contra a criação do

Tapajós. Carajás teve pouco mais de 1% de votos nulos e 0,41% de brancos, enquanto que Tapajós teve 1% de votos nulos e 0,49% de votos brancos. A abstenção dos eleitores foi de 25,71% (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, s.d.).

## **2. Discursos divisionistas no Pará: tema histórico e atual**

De acordo com Dutra (1999, p. 13-14), os modelos de formação e organização territorial brasileira determinados para a região amazônica, desde o período colonial, atualizam questionamentos incômodos para uma região que vive entre o discurso da "unidade territorial" e o da urgência histórica de uma reestruturação geopolítica que promova o desenvolvimento de seus estados e municípios.

As propostas de organização do território amazônico começaram a despontar no século XVIII, primeiramente por iniciativa do poder colonial, em seguida, após a Independência do Brasil, por continuidade dos governos sucessores (DUTRA, 1999, p. 74). No entanto, a mudança dos poderes não mudava o caráter centralizador da política. As subdivisões foram objeto de controle e criação de núcleos de defesa às investidas externas e demandas momentâneas, não havia planejamento em longo prazo para ajustar as fronteiras político-administrativas na região (DUTRA, 1999, p. 75).

As propostas de emancipação da região do Tapajós transbordaram na década de 1950, com destaque para o surgimento do conceito de *oeste paraense* e das articulações do movimento pela criação do Estado do Tapajós (DUTRA, 1999, p. 25). Esse ímpeto pela independência do Tapajós foi justificado pelas particularidades da região oeste em relação ao restante do Estado. A década de 1960 foi um momento de efervescência da discussão sobre a divisão, que apareceu permeando o imaginário local, ganhou agendamento na mídia e grupos sociais e políticos começaram a se organizar a seu favor. As interferências externas apareceram com frequência na história da busca de autonomia dessa região, inclusive com a anuência dos grupos locais, assim como eram recorrentes os

argumentos políticos embalados pelo discurso da extensão territorial como inviabilidade para a gerência do Estado (DUTRA, 1999, p. 26-27).

Em relação à criação do Carajás, os anseios de emancipação já permeavam as ideias de ricos comerciantes durante o período da borracha no começo do século XX. O ciclo da borracha<sup>3</sup> foi um período de grande desenvolvimento na região amazônica que atraiu milhares de migrantes para o Amazonas, Pará e Acre, provocando um crescimento populacional significativo nesses locais (PETIT, 2003, p. 53).

A divisão ou não do Pará para a criação do Carajás e do Tapajós é uma disputa entre adversários históricos que perfazem e cristalizam discursos adversos sobre as regiões do Estado, em busca da concretização de seus interesses e do interesse dos grupos que defendem.

As práticas "regionalistas e nacionalistas" são ancoradas em argumentos dos diferentes setores que apoiam e recusam as ideias de criação do Carajás e do Tapajós e pautadas por "pressupostos culturalistas, demográficos e, sobretudo, econômicos, políticos e administrativos ou todos eles juntos" (PETIT, 2003, p. 299).

Segundo Petit (2003, p. 253), para definir os movimentos regionalistas - contra os novos estados - e separatistas - a favor dos estados - em relação à criação de novas unidades federativas. O posicionamento dos primeiros é de coibir qualquer ameaça à unidade nacional, cobrando do governo central maior atenção para com a região. Esse movimento deseja mais destaque junto ao espaço político-administrativo onde atua, mas almeja ir além, ultrapassando os limites regionais (PETIT, 2003, p. 253). Um dos maiores receios com a quebra da integridade do Pará é em relação à perda dos recursos minerais do Estado, localizados nos territórios separatistas (PETIT, 2003, p. 306).

O "discurso regionalista pró-amazônida" fazia oposição aos governos militares e ganhou relevância a partir de 1974, com a abertura política e as consequências socioeconômicas de intervenção da gestão federal na Amazônia durante o regime

---

<sup>3</sup> O apogeu do ciclo da borracha é indicado por Sarges (2000) entre 1870 e 1912 e segundo Daou (2004), entre 1880 e 1910.

militar. Na região Norte, esse discurso ganhou força política junto a atores sociais e entidades contrários ao regime (PETIT, 2003, p. 254).

Já o movimento separatista é o que deseja instituir novas unidades federativas. Ambos, porém, amparam suas ações na identidade construída simbólico-historicamente com o intuito de obter legitimidade para sua existência (PETIT, 2003, p. 253). Sobre os principais argumentos utilizados pelos separatistas, podemos citar:

Vantagens sócio-econômicas e administrativas que os habitantes dos novos estados obteriam com as novas estruturas político-administrativas. Enfatizam-se as extraordinárias dificuldades que tem o governo paraense de dar conta, a partir de Belém, de seu imenso território e, sobretudo, a possibilidade de reverter para os municípios dessas regiões os impostos arrecadados pelas atividades econômicas neles desenvolvidas (sobretudo dos grandes projetos mineiros de Carajás e, no Baixo Amazonas, da extração e beneficiamento da bauxita), pondo fim ao que eles consideram desigual e, portanto, injusta distribuição das verbas do Estado do Pará entre suas diferentes regiões. Mas, além dos impostos locais, os defensores da criação dos novos estados também justificam essa proposta com base na projeção do aumento da receita global que os três estados (Pará, Tapajós e Carajás) receberiam da União segundo disposição constitucional. Verbas, todas elas, que assegurariam a viabilidade econômica dos novos estados e também do "Pará-Remanescente", as quais poderiam ser destinadas, segundo esses discursos, a melhorar a infra-estrutura, a educação, a segurança pública, a saúde etc. (PETIT, 2003, p. 302-303).

O discurso culturalista é um dos principais em termos de sustentação da separação das regiões por não possuírem unidade cultural entre seus diferentes grupos. Isso está relacionado com a própria formação multicultural da sociedade brasileira. No caso do Pará, existe o agravante dos intensos processos migratórios ocorridos no Estado (SOUZA, 2014, p. 6). O argumento separatista tem como um dos fortes argumentos os índices demográficos: apenas 21,53% da população do Estado é de origem paraense. A maioria, 78,47%, está dividida em "maranhenses (20,63%), mineiros (9,98%), rio-grandenses do sul (6,31%), tocaninenses (6,08%), paulistas (5,23%), baianos (4,50%) e goianos (4,36%)" (Souza, 2014, p. 9). Conta-se ainda com pessoas de outros estados representativos desse percentual.

O tema da criação do Carajás e do Tapajós polariza os debates sobre território, população e região entre separatistas e regionalistas, questões caras ao Estado. Os separatistas representam "a imensa maioria da 'classe política', grandes

proprietários de terra, empresários e comerciantes do Sul e Sudeste do Pará e do Baixo Amazonas" (PETIT, 2003, p. 255). Do outro lado, os grupos políticos e econômicos dominantes de Belém constituem a porção dos que não aceitam a fragmentação do Estado.

Apesar do longo percurso das discussões e das transformações que a região amazônica sofreu ao longo do tempo, Dutra (1999, p. 77) identifica semelhanças entre os discursos parlamentares da época de 1840 para a criação ou não da Província do Amazonas e os discursos mais atuais que circulavam no Congresso Nacional sobre a criação de estados a partir do desmembramento do Pará, semelhantes também aos discursos observados nas campanhas do plebiscito de 2011.

Foram muitos os estudos e projetos propostos para a divisão do Pará desde os primórdios de sua colonização, esse quadro resultou numa configuração social que possibilitou a proposta da divisão em três regiões/estados, votados no plebiscito de 2011. Os autores dos projetos de criação dos estados votados no plebiscito estão na tabela abaixo (TAB. 1):

TABELA 1  
Autores das propostas de criação dos estados

|   | <b>TAPAJÓS</b>  | <b>CARAJÁS</b>   |
|---|---|--|
| Projetos de Decreto Legislativo para a realização de consulta plebiscitária | Mozarildo Cavalcanti (senador PPB-RR), de 1999<br>Nº PDL 137/2011 | Giovanni Queiroz (deputado federal PDT-PA), de 1992;<br>Leomar Quintanilha (ex-senador PMDB-TO), de 2009;<br>Nº PDL 136/2011 |
| Projeto de Lei de para a criação do Estado                                  | Mozarildo Cavalcanti (senador PPB-RR), de 1993                    | —  |

FONTE - SENADO FEDERAL, s.d.

Caso a divisão viesse a ocorrer, a extensão e a distribuição da população entre os três estados ficariam configuradas da seguinte forma (TAB. 2):

Tabela 2  
Extensão territorial e população nos estados

| Estado    | População (hab.) | Participação (%) | Área (km <sup>2</sup> ) | Participação (%) | Densidade Demográfica (hab./km <sup>2</sup> ) |
|-----------|------------------|------------------|-------------------------|------------------|---|
| Novo Pará | 4.651.889        | 65               | 245.635                 | 20               | 19  |
| Carajás   | 1.327.092        | 19               | 285.274                 | 23               | 5   |
| Tapajós   | 1.131.484        | 16               | 718.588                 | 57               | 2   |
| Total     | 7.110.465        | 100              | 1.249.497               | 100              | 6   |

FONTE - SOUZA, 2014, p. 10

Assim, entendemos que os produtores das campanhas televisivas do plebiscito de 2011 acionaram interesses dicotômicos no HGPE, por um lado, de manutenção das formas de poder edificadas na região que defendem os limites geométricos tradicionais, ancorados na noção de tamanho como riqueza e prosperidade e, por outro lado, de esforço para o ingresso de outros grupos, cuja justificativa é a de promover o desenvolvimento e a permanência da riqueza da região na região, feito que os grupos consolidados no Pará não conseguiram realizar.

### 3. Estratégias discursivas das campanhas televisivas no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral

O Tribunal Superior Eleitoral autorizou o registro das frentes favoráveis e contrárias ao surgimento dos novos estados (TAB. 3), compostas por políticos da Assembleia Legislativa do Pará, Câmara dos Deputados e Senado Federal que tiveram a incumbência de organizar as campanhas do plebiscito (SENADO FEDERAL, s.d.):

TABELA 3  
Frentes com suas respectivas lideranças registradas no Tribunal Regional Eleitoral do Pará

|  | TAPAJÓS  | CARAJÁS  |
|--|--|--|
| Frentes contrárias à criação do Estado | Deputado Estadual Celso Sabino de Oliveira (PR-PA) | Deputado Federal Zenaldo Rodrigues Coutinho Júnior (PSDB-PA) |
| Frentes favoráveis à criação do Estado | Deputado Federal Joaquim de Lira Maia (DEM-PA)     | Deputado Estadual João Salame Neto (PPS-PA)                  |

FONTE - TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, s.d.

As frentes em defesa da criação dos novos estados trabalharam com o publicitário Duda Mendonça<sup>4</sup> na concepção e produção das campanhas. Já as frentes engajadas contra a criação dos estados contaram com um conjunto de agências<sup>5</sup> do mercado paraense.

Os programas do HGPE tiveram 10 minutos de duração, cada um. O horário no rádio foi das 7h às 7h10 e das 12h às 12h10; já na televisão, aconteceu das 12h às 12h10 e das 19h30 às 19h40, de acordo com o horário de Brasília. Os programas foram transmitidos às segundas, terças, quartas, sextas e sábados, sendo que em um dia eram reservados às frentes pró e contra o Estado do Tapajós e no dia seguinte pró e contra o Estado do Carajás (MIGALHAS, 2011).

O HGPE surgiu como uma concessão pública legal de espaço dentro da programação das empresas de rádio e televisão para a comunicação midiática da política com a sociedade. É controlado pela justiça eleitoral e pago pelo Estado por meio de renúncia fiscal (GOMES, 2004, p. 209). Entendemos a importância do HGPE para agendar a discussão sobre a divisão do Pará e pela sua legitimidade democrática que garantiu a participação equânime das frentes.

Weber (1994) o classifica como "Espectáculo Político Arbitrário", pois este permanece por um determinado período na programação, de modo esteticamente unificado nas concorrentes empresas de comunicação e independente das características da audiência de cada veículo. Enquanto espetáculo, ele possui uma natureza "estética híbrida, que apresenta a política misturada a linguagens e gêneros" (WEBER, 1994, p. 91). Trata-se da apresentação do HGPE com formatos de telejornal, humorístico, de telenovela, programa de entrevistas em estúdio ou entrevistas em locais públicos - quando da abordagem de transeuntes para responderem a perguntas determinadas.

---

<sup>4</sup> Duda Mendonça iniciou a carreira como publicitário em 1976 e se tornou um dos famosos profissionais da propaganda no Brasil (MENDONÇA, 2001, p. 23), responsável pelo *marketing* de campanhas políticas para diversos cargos públicos.

<sup>5</sup> Griffó Comunicação e Jornalismo, Gamma Comunicação, Mendes Comunicação e Galvão Comunicação. Lideradas pelo presidente da primeira, o publicitário Orly Bezerra, as agências são detentoras de contas do governo estadual (PINTO, 2013, p. 11) e não cobraram para executar esse trabalho.



Com um tom didático e/ou dialógico, as possibilidades de recursos técnicos foram diversificadas nas campanhas: videoclipes, entrevistas com especialistas econômicos, apresentadores em estúdio, histórias de vida, carreatas, entrevistas com pessoas nas ruas, debates entre os líderes das frentes para construir a imagem do plebiscito, impor seus posicionamentos e deslegitimar os do adversário.

A televisão materializou o encontro do campo político com o campo da comunicação, ambos foram mediadores do acontecimento do plebiscito, a abordagem feita por esses campos, sobre essa temática, a partir de suas técnicas e linguagens, conforma e intervém nas possibilidades de leituras por parte dos eleitores, como explicita França (2012, p. 39), "tais dispositivos de ligação não são neutros: eles criam uma situação nova e, com suas características, moldam a forma da mediação".

No total, foram 80 programas veiculados no HGPE. Desses 80, identificamos 31 programas totalmente repetidos - 17 do "não" e 14 do "sim". Além dos programas totalmente repetidos, existem outros que misturam partes já apresentadas em programas anteriores com conteúdos novos. Isso não deixa de ser a composição de um novo programa estrategicamente orientado para se configurar dessa forma.

Sorteamos aleatoriamente os programas a serem analisados, para garantir que todos tivessem a mesma chance de serem escolhidos; os repetidos foram incluídos no sorteio, pois essa conformação é em si, uma estratégia discursiva. Dessa seleção de 80 programas, optamos por estudar 10 dias de veiculação, com um do "sim" e um do "não" por dia, fechando um total de 20 programas para análise, quantidade razoável que nos possibilitasse obter uma informação expressiva desse estrato.

O encaminhamento metodológico partiu da análise das estratégias discursivas observadas nos programas selecionados, pautando-se pelas enunciações discursivas que possibilitavam sentidos aos telespectadores, para desta forma, identificar discursos ofertados sobre o plebiscito.

Tomamos como base a movimentação histórica dos discursos sobre a subdivisão do território paraense, retomados e atualizados pela formatação das estratégias discursivas exibidas no HGPE do plebiscito. Recorreremos inicialmente a

Antônio Fausto Neto (1999) como base para discutir as estratégias discursivas presentes no material analisado. De acordo com o autor (1999), a mídia institui estratégias de leituras para amenizar as assimetrias existentes entre os produtores e receptores de sentidos. Essas estratégias estabelecem vínculos com o público, escolhido sociologicamente e discursivamente para receber as ofertas de sentido (FAUSTO NETO, 1999, p. 18).

O público, por sua vez, é "injuicionado a efetuar 'percursos' no interior do campo [do discurso], fazendo 'elos associativos' baseados nos investimentos dos seus próprios saberes e também na pressuposição que a emissão faz ao estruturar os discursos" (FAUSTO NETO, 1995, p. 200).

O sentido é algo que "não se doa, mas é construído pelo trabalho de enunciações discursivas" (FAUSTO NETO, 1999, p. 9). Trata-se de um "feixe de relações" que, para contribuírem com a compreensão do sentido em sua amplitude, precisam ser avaliadas a partir das operações que as acionam (FAUSTO NETO; VERÓN, 2003, p. 125).

É possível que o planejamento das campanhas tenha organizado seus principais argumentos e estratégias discursivas para o período de veiculação dos programas, mas o que observamos como uma característica que conduziu o potencial comunicativo das campanhas foi a articulação de respostas de um programa a outro. Utilizamos o conceito de dialogismo, de Mikhail Bakhtin (1998), para nos auxiliar a pensar como uma outra voz sempre pressupõe os discursos acionados nas campanhas do plebiscito e como se dão os tensionamentos ideológicos e históricos nos discursos. Diz o autor (1998):

O objeto está amarrado e penetrado por ideias gerais, por pontos de vista, por apreciações de outros e por entonações. Orientado para o seu objeto, o discurso penetra neste meio dialogicamente perturbado e tenso de discursos de outrem, de julgamentos e de entonações. Ele se entrelaça com eles em interações complexas, fundindo-se com uns, isolando-se de outros, cruzando com terceiros; e tudo isso pode formar substancialmente o discurso, penetrar em todos os seus estratos semânticos, tornar complexa a sua expressão, influenciar todo o seu aspecto linguístico (BAKHTIN, 1998, p. 86).

O plebiscito para a divisão do Pará foi discutido de forma dissonante, de acordo com os objetivos de cada frente. Falaremos, portanto, de um processo de

comunicação existente nessa interação entre as campanhas. Aos moldes de Adriano Duarte Rodrigues (1990): são "processos ritualizados que atravessam a experiência pessoal, quer individual quer coletiva, em que está em jogo esse reconhecimento recíproco" (RODRIGUES, 1990, p. 67). Nesse espetáculo, todos são atores e espectadores desempenhando determinados papéis.

Sobre esse processo de interação na televisão, no caso das campanhas do plebiscito, ele aparece no diálogo entre os programas das frentes contrárias, faz frente à ocorrência de algo dentro daquele contexto, de maneira a antecipar futuras respostas e tentar conduzir os desdobramentos seguintes.

O enunciado é a expressão de um sujeito que não necessariamente é aquele que o enuncia, o enunciado não se esgota, mas orienta a apreensão do leitor e influencia em seu posicionamento diante do outro e da situação, promovendo um "estar no mundo" e uma interpretação deste (FRANÇA, 2012, p. 45).

Enunciados também estão inscritos em uma serialidade, uma cadeia discursiva, em estreita relação com aqueles que o antecedem e o sucedem. Mais do que uma constatação, este pressuposto nos alerta para incompletude e dependência de sentido de um único enunciado: é em sua sequência que eles nos dizem do movimento da interação e da significação construída. Esta serialidade é marcada e construída pela alternância de sujeitos, e pelos respectivos posicionamentos que vão sendo assumidos ao longo da interação (FRANÇA, 2012, p. 44).

A comunicação como processo dinâmico de indivíduos em relação possui uma "natureza prático-simbólica" (FRANÇA, 2012, p. 39). Enunciados são formulados por um sujeito que interpela o outro - seja este individual ou coletivo -, convocando-o à apreensão de sentidos e à tomada de posicionamentos, estes, por sua vez, geram expectativas e réplicas que retomam o processo dando novos rumos a este, o direcionamento dessas interações é pouco previsível, tendo em vista que os participantes intervêm constantemente de forma a afetarem ambas as reflexões e futuras ações (FRANÇA, 2012, p. 40-41). As interações ganham diferentes relevos, pois seus fluxos acontecem de diferentes formas, atravessam reviravoltas sutis, passíveis de rupturas, dão a ver valores, anseios e contextos no seio da sociedade (FRANÇA, 2012, p. 40).

Segundo Verón (1987, p. 16), o discurso político implica o uso de estratégias de convencimento em que o interlocutor garante a sua presença, tomando para si o

direito da palavra como forma de impor ideologicamente seus valores. O enfrentamento entre diferentes pontos de vista acontece como uma disputa entre enunciadores, cuja enunciação está ligada à construção de um oponente rival. Nas campanhas televisivas do plebiscito de 2011, observamos, pelo acionamento das estratégias, a concorrência discursiva entre as frentes rivais para determinar, sob a ótica de seus interesses, qual o melhor caminho para o Pará.

### 3.1 Os discursos das frentes favoráveis aos estados

Os programas do "sim" defenderam a divisão como uma solução imediatista para resolver todos os problemas do Pará, mostrados como decorrentes de falta de dinheiro por parte do governo. Na visão dos separatistas, somente com a criação do Carajás e do Tapajós seria possível ter desenvolvimento e riqueza para todos, pois haveria mais verbas. Foram destacados sempre benefícios para Belém e o Pará remanescente, como estratégia para conquistar o voto dessa região. O discurso econômico ancorado em dados estatísticos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e com ênfase no Fundo de Participação dos Estados (FPE)<sup>6</sup> apareceu em toda a campanha do "sim".

Os macroindicadores sociais do IBGE exaltaram os piores índices de desenvolvimento humano, saúde, educação, saneamento básico em que o Pará se encontraria, como prova da ingovernabilidade de um Estado de grandes proporções. Já o FPE foi destacado como recurso fundamental para desafogar as despesas do Pará após a divisão, uma das principais estratégias discursivas para apresentar números expressivos que trariam benefícios com a divisão em três estados. O quantitativo em dinheiro proveniente do FPE, assim como os números negativos eram, contraditoriamente, ressaltados na tela.

---

<sup>6</sup> O FPE "é um dos sistemas de transferência de recursos do governo federal para os estados, criado em 1967, com o objetivo de redistribuir a renda e promover o equilíbrio socioeconômico entre os estados" (SENADO FEDERAL, s.d.).

O programa do dia 11/11/2011, tarde, frente pró Carajás, trouxe dois apresentadores em estúdio, falando sobre o que mudaria com e sem a divisão do Pará. A primeira apresentadora afirmou: "Se o Pará não for dividido não acontece exatamente nada e tudo continua como está". Entre os temas citados estiveram: saúde, educação, segurança, saneamento e miséria. Todos apontados como exemplos sobre a situação problemática do Pará. O segundo apresentador trouxe uma fala mais positiva, combinada a gestos e entonação que produziram sentidos como o de desenvolvimento e de mais recursos econômicos para todos com a criação dos estados. Na fala do mediador, muita coisa mudaria com a divisão: "divide a população, divide os problemas e divide a área que os novos governadores vão ter que tomar conta". Ele citou o FPE que o Pará recebia na época como uma parte. Com a divisão, seriam três partes, uma para cada Estado. Na fala do apresentador, seriam mais recursos voltados para serviços públicos e para desafogar as despesas do Pará após a divisão.

O "sim" destacou a miséria e a precariedade das condições de vida que simbolizavam a realidade da população das regiões separatistas, onde também existem muitos trabalhadores e pessoas que não compartilham das mesmas possibilidades de crescimento que os habitantes de Belém. A estratégia discursiva foi de ataque e acusação aos moradores da capital que teriam uma vida abastada às custas do trabalho da população das regiões que buscam a emancipação.

Também identificamos como estratégia discursiva do "sim", as gravações externas em Tocantins e Mato Grosso do Sul<sup>7</sup>, como forma de comprovar *in loco* a experiência positiva de criação de outros estados. Enunciados mobilizados por lideranças políticas, apresentadores, jornalistas e especialistas econômicos, em estúdio, coadunaram-se semioticamente às imagens do enunciador em Tocantins, onde ele anunciava estar e no tempo que coincidia com aquele da enunciação.

No programa do dia 18/11/2011, tarde, frente pró Tapajós, (repetido do dia 16/11, noite, frente contra Carajás), imagens da divisa entre o Tocantins e Goiás

---

<sup>7</sup> A criação desses estados ocorreu em 1981, para o Mato Grosso do Sul, desmembrado do Mato Grosso e, em 1988, para o Tocantins, criado a partir de Goiás.

apareceram na tela. A apresentadora iniciou sua fala: "Aqui, há exatamente 23 anos, começou uma nova história para Goiás e Tocantins. Essa divisa, no lugar de separar, uniu, as diferenças que existiam entre a parte sul e a parte norte de Goiás desapareceram. No seu lugar, surgiu riqueza, progresso, qualidade de vida e atenção com as pessoas. Goianos e tocantinenses ganharam, foi bom para os dois lados".

Esse argumento foi combatido pela contrarresposta das frentes unionistas com uma suposta objetividade em reportagens também nos estados emancipados para afirmar que a criação do Tocantins e do Mato Grosso do Sul não trouxe benefícios para esses locais, mas, sim, que eles continuaram com graves problemas sociais.

Um "diálogo vivo", onde, segundo Bakhtin (1998, p. 88-89), "o discurso nasce no diálogo como uma réplica viva, forma-se na mútua-orientação dialógica dos discursos de outrem no interior do objeto. A concepção que o discurso tem de seu objeto é dialógica".

No programa do dia 21/11/2011, noite, frente contra Tapajós, a apresentadora, em estúdio, com o mapa do Pará em fundo branco, disse: "Tocantins e Mato Grosso do Sul foram criados por decreto para atender a interesses políticos e receberam todo apoio financeiro do Governo Federal o que hoje é proibido pela Constituição. Mesmo com o dinheiro federal os problemas não foram resolvidos, a população pobre dos dois estados ainda espera pelos benefícios da divisão".

Um dos argumentos do "sim" para rebater o principal argumento do "não" de integridade do território foi o do abandono do Pará pelo governo estadual pela ingovernabilidade de um Estado com grandes proporções. A necessidade de descentralização de investimentos concentrados na capital e região de sua abrangência era mostrado como essencial para otimizar o crescimento de regiões menos desenvolvidas, promovendo maior autonomia na alocação de recursos para as localidades que encontram-se desassistidas pelo governo por não representarem espaços de força política.

O videoclipe mais exibido nos programas das frentes pela criação dos estados apresentava várias imagens de pobreza profunda: famílias, mulheres e crianças apareceram em situações degradantes de moradia e saneamento. Várias atividades

produtivas típicas da população paraense como a pesca, a agricultura e o artesanato foram mostradas, mas em condições precárias. As imagens estavam carregadas de apelos emotivos, em que a miséria e a precariedade das condições de vida simbolizavam a realidade da população das regiões separatistas. Dizia-se também que nessas regiões existiam muitos trabalhadores e gente honesta que merecia um futuro mais digno.

A linguagem e os jogos de palavras apareceram no videoclipe como estratégias discursivas em uma espécie de súplica à piedade de Belém: "Se nada muda, todo mundo perde, o Pará fica parado, tudo fica como está. Se a gente muda, todo santo ajuda. Vamos dividir para multiplicar [...] Belém, não feche os olhos pra esse povo não [...] Se é maior a sua força, se é maior sua população, diga sim pra essa esperança que o futuro desse povo tá na sua mão. Se é bom pra todo mundo não me diga não [...] se é bom pra todo mundo se lembre de mim e me diga sim".

No decorrer das campanhas, os ânimos foram gradativamente se exaltando, até que no programa do dia 18/11/2011, tarde, frente pró Tapajós, pessoas em ambientes de Belém foram mostradas levando tapas na cara, uma estratégia de ataque mais incisivo a falta de propostas do "não" para melhorar a situação do Estado e de uma espécie de inércia do governo que não resolve os problemas do Pará. As acusações passam a se dar de forma nominal ao governador Simão Jatene<sup>8</sup> (PSDB-PA) que, em contrapartida passa se posicionar explicitamente contra a divisão e fazer campanha contra os novos estados.

### 3.2 Os discursos das frentes contrárias aos estados

As principais estratégias discursivas abordadas ao longo das campanhas do "não" destacaram o discurso da integridade regional do Pará que envolveu a defesa da grandeza territorial, da riqueza de recursos, do multiculturalismo e do dinamismo das atividades econômicas, questões ameaçadas pela divisão.

---

<sup>8</sup> Simão Jatene foi governador do Pará pela primeira vez no período de 2003 a 2006 e eleito pela segunda vez em 2010 para um novo mandato.

O principal videoclipe exibido nos programas do "não" era interpretado pela cantora paraense Leila Pinheiro e condensava o discurso de manutenção da união. Trechos do hino estadual foram interpretados na voz da cantora e da população: "Ó Pará, quanto orgulha ser filho, de um colosso tão belo e tão forte, juncaremos de flores teu brilho, do Brasil sentinela do Norte e a deixar de manter esse brilho, preferimos mil vezes a morte". O videoclipe enaltecia as riquezas do atual Pará, bem como a força e a diversidade cultural do seu povo. As imagens valorizavam o orgulho de pertencer ao Estado, orientadas pelo *slogan* da campanha dos unionistas: "Não e não! Ninguém divide o Pará". Símbolos presentes no imaginário coletivo da região do Pará remanescente, foram exaustivamente mostrados, como a Bandeira do Pará, o Hino, a gastronomia, a presença de artistas locais e de lugares turísticos de Belém. Estratégias discursivas que lançaram mão do discurso culturalista para defender a atual dimensão do território paraense.

Observa-se que o discurso aí enunciado também esteve direcionado à população da região à qual ficaria o Pará remanescente, principalmente à capital, Belém, excluindo assim, o restante do Estado. O Pará é representado como que restrito a essa região e, portanto, Belém ignora o restante do território, localizado nas regiões que desejam emancipar-se.

Isso pode ser explicado no fato de que nas três pesquisas de opinião realizadas sobre o plebiscito nos dias 11 e 25 de novembro e 9 de dezembro de 2011, o "não" apresentou larga vantagem à frente do "sim". Além disso, 2/3 dos eleitores do Estado estão localizados em Belém e, desse número, mais de 90% declararam ser contra a criação dos estados (PINTO, 2011, p. 11).

As campanhas pró-estados responderam a esse discurso de preservação da integridade afirmando que existe uma contradição entre um Estado pleno de recursos naturais e pobre em termos humanos.<sup>9</sup> No programa do dia 21/11/2011,

---

<sup>9</sup> Conforme Lúcio Flávio Pinto (2011, p. 1), o Pará é o segundo maior produtor de divisas para o Brasil, o terceiro maior exportador de energia bruta, quinto maior produtor de energia e sexto exportador bruto. O subsolo paraense é rico em minérios, o que lhe rendeu a primeira posição como exportador de ferro e maior produtor de alumina, além de terceiro maior produtor de bauxita a nível mundial. Outros produtos também constam na sua pauta de produção de forma significativa: caulim, cobre e níquel. Por outro lado, o Pará é o 16º em índice de desenvolvimento humano (IDH) e 21º em PIB/per capita - riqueza distribuída pela população. Os números explicam o fato de o Estado ser

noite, frente pró Tapajós, a apresentadora, em estúdio, interpelou o público da seguinte maneira: "Vejam, muita gente diz que o Pará tem riquezas do ferro, do ouro, do níquel e da bauxita. Tem, é verdade, mas elas não mudaram até hoje e nem vão mudar a vida das pessoas, por um simples motivo: as empresas que exploram esses minérios não pagam um centavo de ICMS".

As estratégias discursivas das frentes contra a criação dos estados também utilizaram o discurso da denúncia do que seria uma ingerência externa, cujos interesses na divisão seriam políticos e econômicos, conforme discursos identificados por Dutra (1999): "Num dado momento histórico, aquelas propostas são sugeridas como que de fora para dentro, verificando-se tênue adesão de grupos locais" (DUTRA, 1999, p. 26). Termos como "Parazinho", além de expressões como "cortar o Pará em pedaços" (programa do "não" de 11/11/2011, tarde, frente contra Carajás) sustentaram o ataque aos agentes unionistas.

No programa do dia 18/11/2011, tarde, frente contra Tapajós, o apresentador iniciou em *close* no estúdio com o mapa do Pará em fundo branco, interpelando os telespectadores da seguinte forma: "quem diz que dividir o estado é bom pro Pará, não nasceu no Pará, não mora no Pará, não conhece o Pará e nem ama o Pará". O tom de ironia e o sorriso discreto no rosto provocaram um efeito de sintonia entre o que seria captado pelo olhar e o que seria percebido pela escuta. A indignação do locutor era percebida e estava fundada no programa do "sim" exibido no dia 15/11/2011, noite, da frente pró Tapajós.

Nesse programa o jornalista Paulo Henrique Amorim<sup>10</sup> deu uma entrevista afirmando com segurança que a criação dos estados seria algo extremamente positivo para todos, destacando inclusive que Belém seria a principal beneficiada. O apresentador contra-argumentou, criticando a postura do jornalista, que "usa o

---

diversificadamente rico em recursos naturais, mas ter uma população pobre, pois essas riquezas são destinadas aos mercados externos. O Pará é ainda um dos estados mais violentos do Brasil, desde o número de homicídios, até a degradação da floresta, duas causas que têm ligação devido à valorização das práticas de extração natural, que acaba promovendo o assassinato dos que disputam entre si ou se opõem a essa atividade (PINTO, 2011, p. 2).

<sup>10</sup> Paulo Henrique Amorim deu início à editoria de Economia da Revista Veja, em julho de 1970 (ABREU, 2003, p. 33-34). Em 1976, foi diretor editorial da Revista Exame, logo que esta tornou-se quinzenal (ABREU, 2003, p. 45). Foi redator do Jornal do Brasil em 1982, trabalhou na Rede Globo de 1984 a 1996 (LIMA, 2006, p. 70).

nome dele para vender uma mentira", e sua origem, "mais um que vem de fora para dizer o que é bom para o Pará".

Ainda no programa do dia 18/11, os autores dos projetos de divisão, Leomar Quintanilha e Mozarildo Cavalcanti foram apresentados por seus históricos de processos e acusações de crimes, como "formação de quadrilha, crime contra a ordem tributária e ocultação de bens", para Quintanilha, e "invasão de área de assentamento", para Cavalcanti, ainda destacado como "grande proprietário de terras em Roraima". Os recursos discursivos utilizados foram reproduções de páginas da internet: do STF, com o inquérito processual, e do Jornal Correio Brasiliense, que afirmava que "quem acusa o senador é o governo do próprio estado dele". A existência dos veículos de comunicação projetados pela enunciação sugeriu a autenticidade das acusações, bem como a verdade do que nela se enunciava, respaldada pela credibilidade dos veículos. Junto aos políticos mencionados foram incluídos ainda outros, na fala do locutor: "ao lado deles, estão os políticos separatistas".

Os separatistas defenderam-se da acusação de usurpadores dos recursos do Pará apontando serem os mesmos "velhos políticos" que desejam que a situação do Pará continue a mesma, ou seja, ruim, sem crescimento, por se mostrarem incapazes de propor projetos para o desenvolvimento do Pará, principalmente no que tange às regiões autonomistas. Estratégia que causou uma reviravolta nos programas do "não", que recuaram em somente descredenciar a causa separatista, passando a adotar estratégias discursivas de exibir um desenvolvimento exponencial que viria se dando recentemente, como forma de garantir um futuro promissor para todos, futuro garantido apenas com a manutenção da atual configuração do Estado, sem ela, esse desenvolvimento está em risco pelo deslocamento de recursos naturais do Pará para os novos estados.

Os dados analisados permitem perceber que a realização do plebiscito representou um bom caminho para colocar a discussão da fisionomia geográfica da segunda maior unidade federativa brasileira sob parâmetros atuais, eliminando o debate inócuo e a ideia fragilizada que se tem da região que preenche quase dois terços do mapa nacional. Deveria ter avançado ainda no tratamento da identidade

do atual Pará se a discussão sobre a reconfiguração do Pará fosse tomada como de interesse público.

A ameaça de uma mudança iminente obrigou a população a conhecer o assunto para intervir no processo, mas não fortaleceu o debate, pois as lideranças políticas das campanhas, em detrimento da seriedade, deram lugar à instantaneidade do emocional impulsivo e desinformado para atender a interesses particulares de comando.

#### **4. Considerações Finais**

O plebiscito realizado no Pará em 2011 foi uma votação popular cuja decisão do cidadão não foi em relação a candidatos e partidos políticos, mas em relação a propostas. No dia do pleito, o eleitor respondeu às seguintes perguntas: “Você é a favor da divisão do estado do Pará para a criação do estado do Carajás?” e “Você é a favor da divisão do estado do Pará para a criação do estado do Tapajós?” (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, s.d.).

No entanto, a apresentação das ideias muitas vezes se confundiu com a imagem de políticos, seja pelo caráter experimental - o primeiro plebiscito realizado para a escolha do futuro de um Estado -, seja pelos interesses pessoais dos atores públicos envolvidos nas campanhas, cujas estratégias discursivas eram tanto de denúncia dos interesses do oponente, quanto de silenciamento de objetivos particulares.

A confusão feita ao informar sobre o plebiscito - os projetos, as implicações dos mesmos e soluções para os problemas reclamados - seria pelo ineditismo na realização de um pleito para a decisão em relação a ideias e, conseqüentemente, na inexperiência dos políticos envolvidos com a apresentação dessa proposta? Segundo Gomes (2004) a propaganda de pessoas ou grupos é frequentemente utilizada em detrimento da informação política voltada para o interesse público. Essa é uma importante estratégia de propaganda articulada para conduzir a uma "confusão entre a imagem do político e a imagem da coisa pública" (GOMES, 2004, p. 209).

Com efeito, as estratégias discursivas das campanhas do "sim" construíram a imagem de um Estado deficitário e estagnado no tempo e no espaço, este último, totalmente incapaz de ser governado por um poder centralizador que não distribui os recursos de forma nivelada. Os ataques ao governador Jatene se tornaram diretos, acusando-o de insensível e negligente em relação aos problemas de todo o Pará. Na mesma linha, as campanhas do "sim" exibiram imagens de pobreza profunda, pessoas carentes com expressões apáticas, com poucas ou quase nenhuma condição de crescimento humano.

A única e urgente solução para esse quadro lastimável seria a reconfiguração político-territorial e administrativa do Pará, de onde surgiram o Carajás e o Tapajós, para garantir a essas regiões o que lhe foi historicamente negado. Os separatistas precisaram falar a todo o Pará, o que acabou suscitando um processo contraditório, pois interesses e ideologias presentes em todo o Estado são conflitantes. Não conseguiram convencer a população de Belém, investindo em um tom de ataque e hostilidade, contribuíram, de certa forma, para enfatizar a polarização de opiniões que existe entre as regiões.

Os unionistas mesclaram uma campanha positiva de exaltação dos aspectos culturais e simbólicos da região de Belém e do Pará remanescente com as estratégias de deslegitimação dos argumentos e da imagem dos líderes das frentes, autores das propostas de criação dos estados e até de Duda Mendonça, principal articulador do *marketing* político e eleitoral das campanhas do "sim".

As frentes antagônicas construíram um amplo conjunto de estratégias discursivas para viabilizar um "processo simbólico de nomeação/construção do objeto, pautado em uma diversidade de ponto de vista" (FAUSTO NETO, 1999, p. 132).

Os arranjos políticos empregados como estratégias na disputa pelo poder tinham por objetivos, velados, garantir o ingresso de novas lideranças no cenário político, bem como reproduzir a hegemonia dos grupos que controlam as estruturas de poder. Por outro lado, não houve um reconhecimento dos anseios de emancipação da população das regiões do Carajás e do Tapajós, colocada à



margem de uma proposta integradora de desenvolvimento e tratada como ingenuamente submissa a interesses de pequenos grupos.

Observamos, portanto, nas estratégias discursivas das campanhas televisivas do plebiscito de 2011, as proposições de Rodrigues (1990, p. 72) de que elas propiciaram um processo comunicacional em que os agentes sociais envolvidos expuseram experiências que são transformadas no embate com experiências outras. Além da dimensão expressiva, existiu ainda, no processo comunicacional, uma capacidade pragmática que diz respeito à ação dos sujeitos carregada de sentido. A comunicação está vinculada à experiência de mundo dos indivíduos, sua realização, contudo, cria novas experiências nestes.

## Referências

- ABREU, Alzira; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; KORNIS, Mônica. **Mídia e política no Brasil: jornalismo e ficção**. Rio de Janeiro: FGV, 2003.
- BAKHTIN, Mikhail. **Questões de literatura e de estética: a teoria do romance**. 4. ed. São Paulo: UNESP, 1998.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília-DF, Senado, 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 22 jan. 2013.
- BRASIL. Resolução 23.354, de 18 de agosto de 2011. Dispõe sobre a propaganda plebiscitária e as condutas ilícitas nos plebiscitos no Estado do Pará. Disponível em: <<http://www.justicaeeleitoral.jus.br/arquivos/resolucao-23354>>. Acesso em: 15 jul. 2013.
- DAOU, Ana Maria. **A belle époque amazônica**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- DUTRA, Manuel Sena. **O Pará dividido: discurso e construção do Estado do Tapajós**. Belém: NAEA/UFPA, 1999.
- FAUSTO NETO, Antônio. A deflagração do sentido: estratégias de produção e de captura da recepção. In: SOUSA, Mauro (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995, p. 191-222.
- \_\_\_\_\_. **Comunicação e mídia impressa: estudo sobre a AIDS**. São Paulo: Hacker, 1999.
- FAUSTO NETO, Antônio; VERÓN, Eliseo. (Orgs.). **Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral**. São Paulo: Hacker, São Leopoldo-RS: UNISINOS, 2003.
- FRANÇA, Vera. A TV e a dança dos valores: roteiro analítico para tratar da relação entre televisão e sociedade. In: FRANÇA, Vera; CORRÊA, Laura (Orgs.). **Mídia, instituições e valores**. Belo Horizonte: Autêntica, 2012, p. 37-43.
- GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.
- LIMA, Venício. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.
- MENDONÇA, Duda. **Casos e coisas**. São Paulo: Globo, 2001.



MIGALHAS. **Frentes favoráveis e contrárias iniciam campanha sobre plebiscito no Pará.** 17 set. 2011. Disponível em: <<http://www.ooutroladodamoeda.com/politica/5559-frentes-favoraveis-e-contrarias-iniciam-campanha-sobre-plebiscito-no-para.html>>. Acesso em: 13 abr. 2013.

PETIT, Pere. **Chão de promessas:** elites políticas e transformações econômicas no estado do Pará pós-1964. Belém: Paka-Tatu, 2003.

PINTO, Leonardo. Como o plebiscito que manteve o Pará unido dividiu o Pará. **Campaign & elections Brasil**, São Paulo, 2. ed., p. 10-16, Jan./Fev. 2012. Disponível em: <[https://asp-br.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=3163/3379/3291&lng=pt\\_br](https://asp-br.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=3163/3379/3291&lng=pt_br)>. Acesso em: 21 abr. 2013.

PINTO, Lúcio Flávio. **Jornal Pessoal:** Alguém pensa nele? Belém, ano XV, n. 503, dez., 2011, p. 1-3.

\_\_\_\_\_. **Jornal Pessoal:** Pará: plebiscito e interesses, os de ontem e os de sempre. Belém, ano XXVI, n. 533, mar., 2013, p. 10-11.

RODRIGUES, Adriano. **Estratégias da comunicação:** questão comunicacional e formas de sociabilidade. Lisboa: Presença, 1990.

SARGES, Maria de Nazaré. **Belém:** riquezas produzindo a Belle-Époque (1870-1912). Belém: Paka-Tatu, 2000.

SENADO FEDERAL. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/>>. Acesso em: 21 jul. 2013.

SOUZA, Carlos Augusto da Silva. **A secessão nortista:** aspectos socioeconômicos da redivisão territorial no Estado do Pará. Disponível em: <[http://www.bancoamazonia.com.br/bancoamazonia2/Revista/edicao\\_09/C&D\\_N\\_9\\_Secessao\\_Nortista.pdf](http://www.bancoamazonia.com.br/bancoamazonia2/Revista/edicao_09/C&D_N_9_Secessao_Nortista.pdf)>. Acesso em: 18 fev. 2014.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL. Disponível em: <<http://www.tre-pa.jus.br/eleicoes/plebiscito-2011>>. Acesso em: 15 dez. 2011.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/plebiscitos-e-referendos>>. Acesso em: 23 março 2013.

VERÓN, Eliseo *et all.* **El discurso político:** lenguajes y acontecimientos. Buenos Aires: Hachette, 1987.

WEBER, Maria Helena. Delitos estéticos: a política na televisão. In: FAUSTO NETO, Antonio; BRAGA, Luiz; PORTO, Sérgio (Org.). **Comunicação, cultura e política.** Rio de Janeiro: Diadorim, 1994.