



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE - UFCG**  
**CENTRO DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES - CFP**  
**UNIDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS - UACS**  
**CURSO DE LICENCIATURA EM HISTÓRIA**

**JOGOS DE PODER E DE VOZES: ELEIÇÕES DE 2012 NO**  
**MUNICÍPIO DE CAJAZEIRAS**

**MARIA DE LOURDES ABRANTES SARMENTO**

**CAJAZEIRAS**  
**2017**

**MARIA DE LOURDES ABRANTES SARMENTO**

**JOGOS DE PODER E DE VOZES: ELEIÇÕES DE 2012 NO  
MUNICÍPIO DE CAJAZEIRAS**

Monografia apresentada a disciplina Trabalho de Conclusão de Curso(TCC) do Curso de graduação em História da Unidade Acadêmica de Ciências Sociais do Centro de Formação de Professores da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), como requisito para obtenção de nota.

**Orientadora:** Prof<sup>a</sup> Dra. Maria Lucinete Fortunato

**CAJAZEIRAS – PB  
2017**

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação - (CIP)  
JosivanCoelho dos Santos Vasconcelos - Bibliotecário CRB/15-764  
Cajazeiras - Paraíba

S246j Sarmiento, Maria de Lourdes Abrantes.

Jogos de poder e de vozes: eleições de 2012 no município de  
Cajazeiras/ Maria de Lourdes Abrantes Sarmiento. - Cajazeiras, 2017.

57p.: il.

Bibliografia.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Lucinete Fortunato.

Monografia (Licenciatura em História) UFCG/CFP, 2017.

1. Política - história - Cajazeiras. 2. Política - história - Paraíba. 3. Poder político. 4. Mídia. I. Fortunato, Maria Lucinete. II. Universidade Federal de Campina Grande. III. Centro de Formação de Professores. IV. Título.

UFCG/CFP/BS

CDU-32(091)(813.3)

**MARIA DE LOURDES ABRANTES SARMENTO**

**JOGOS DE PODER E DE VOZES: ELEIÇÕES DE 2012 NO  
MUNICÍPIO DE CAJAZEIRAS**

**Aprovada pela Banca Examinadora em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_**

---

Dr<sup>a</sup>. Maria Lucinete Fortunato  
Orientador (a)

---

Dr.Osmar Luiz da Silva Filho  
Examinador (a)

---

Dr<sup>a</sup>. Silvana Vieira de Sousa  
Examinador (a)

**CAJAZEIRAS-PB**

**2017**

## RESUMO

O presente estudo objetiva compreender as relações entre Mídia e Política, nas eleições para prefeito da cidade de Cajazeiras, no ano de 2012, apreendendo como e/ou até que ponto, os recursos midiáticos fomentaram as condições de possibilidade dos embates, das alianças, das correlações de forças, das estratégias e das táticas de campanha, nas referidas eleições. Dessa forma, a preocupação central é empreender uma reflexão sobre o papel da mídia na política, por meio de análise de discurso, tendo como fontes o Jornal Gazeta do Alto Piranhas e o site Diário do Sertão, tomando o discurso midiático, enquanto espaço de poder e elaboração de discurso. A pesquisa se inscreve no campo da Nova História Política, que remonta o final do século XX, quando a Política ganha novos contornos e passa a ser vista relacionada ao poder, como embate, jogos e correlações de forças, entre outros motivos, pela necessidade de contribuir e trazer novas problematizações para o campo de pesquisa sobre a política de Cajazeiras.

**Palavras-Chaves:** Política, Poder, Mídia, Cajazeiras

## ABSTRACT

The present study aims to understand the relations between Media and Politics in the elections mayor of the city of Cajazeiras in the year 2012, learning how and / or to what extent, media resources fostered the conditions of possibility of clashes, alliances, correlations of Forces, strategies and tactics of the campaign in those elections. Thus, the central concern is to undertake a reflection on the role of the media in politics, through discourse analysis, with sources like the JornalGazeta do Alto Piranhas and the website Diário do Sertão, taking the mediatic discourse as a space of power And elaboration of speech. The research is part of the New Political History field, which dates back to the end of the 20th century, when politics gained new contours and came to be seen related to power, such as clashes, games and correlations of forces, among other reasons, due to the need to Contribute and bring new problematizations to the field of research on Cajazeiras policy.

**Key-words:** Politics, Power, Media, Cajazeiras

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO 01: MÍDIA E PODER.....</b>	<b>14</b>
1.1 A Mídia nas tessituras do poder.....	14
1.2 Mídia Local.....	16
<b>CAPÍTULO 02: MÍDIA E CULTURA POLÍTICA .....</b>	<b>22</b>
2.1. CampoPolítico .....	22
2.2. A ação midiática na Cultura Política Local.....	27
<b>CAPÍTULO 03: MÍDIA E CONSTRUÇÃO DOS SENTIMENTOS, NO TERRITÓRIO POLÍTICO .....</b>	<b>31</b>
3.1.As eleições de 2012 em Cajazeiras, nas tramas da mídia.....	31
3.2.Articulações midiáticas no “Muído” de 2012 em Cajazeiras- Pb.....	44
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>47</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>49</b>
<b>ANEXOS</b>	

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus por tudo. A Virgem Maria pela inspiração e pelo auxílio das melhores escolhas.

Ao meu Pai Antônio, por sempre acreditar e esperar o melhor de mim. Obrigado pela presença constante e pela dedicação.

A minha mãe Lúcia, por todo o amor. Obrigada por me dar sempre o seu colo acolhedor.

A minhas irmãs Graça e Socorro, obrigado pelas vezes que me ouvem e me encorajam. Tê-las fazem diferença.

A minha orientadora, Dr<sup>a</sup> Maria Lucinete Fortunato, nossa mãe intelectual, sempre dedicada e compreensiva, na verdade foi uma “mãe do conhecimento”, me inspirando a escrever os primeiros textos, ainda no primeiro período do curso. Grata pelas experiências na Iniciação Científica. Obrigada pelas valiosas orientações.

A minhas colegas de curso. Historiogatas, obrigada por compartilhar tantas experiências e acrescentar boas histórias a minhas vivências. Vocês são inesquecíveis.

*Todo mergulho exige inteireza.*  
**(Elisa Pereira Gonsalves)**

**LISTA DE IMAGENS**

**Figura 1-** Reportagem publicada no Jornal Gazeta do Alto Piranhas, Junho de 2012. Cajazeiras PB.

**Figura 2-** Reportagem publicada no site Diário do Sertão, Junho de 2012. Cajazeiras PB.

**Figura 3-** Reportagem publicada no Jornal Alto Piranhas, Junho de 2012. Cajazeiras PB

**Figura 4-** Reportagem publicada no Jornal Alto Piranhas em Junho de 2012, Cajazeiras-PB.

**Figura 5-** Reportagem publicada no site Diário do Sertão, outubro de 2012, Cajazeiras-PB.

**Figura 6-**Reportagem publicada no site Diário do Sertão, outubro de 2012, Cajazeiras PB

**Figura 7-** Reportagem publicada no Jornal Gazeta Alto Piranhas junho de 2012,Cajazeiras-PB

**Figura 8-**Reportagem publicada no site Diário do Sertão, setembro de 2012,Cajazeiras-PB

**Figura 9-** Reportagem publicada no Jornal Gazeta do Alto Piranhas, julho de 2012, Cajazeiras – PB

**Figura 10-** Reportagem publicada no Jornal Gazeta do Alto Piranhas, julho de 2012, Cajazeiras-PB.

**Figura 11-** Reportagem publicada no Jornal Gazeta do Alto Piranhas, maio de 2012, Cajazeiras-PB.

**Figura 12-** Reportagem publicada no Jornal Gazeta do Alto Piranhas, março de 2012, Cajazeiras-PB.

**Figura 13-** Reportagem publicada no Jornal Gazeta do Alto Piranhas, junho de 2012, Cajazeiras-PB.

## INTRODUÇÃO

A relação dos indivíduos com a política é múltipla e diversa, “(...) as escolhas políticas dos indivíduos não lhes são imperativamente ditadas pelo seu *status* socioprofissional, e que eles tomam muitas vezes partidos que não coincidem com seus interesses materiais”. (RÉMOND, 2003, p.446). Ou seja, há um jogo simbólico de envolvimento e conquista em torno das escolhas políticas, em que os indivíduos são levados e convencidos a tomar decisões e posições. Nesse cenário, conta-se com a atividade midiática como propagadora de ideias, projetos e oposições.

O poder, objeto privilegiado do historiador político, se manifesta nos discursos (produção de sentido para as pessoas) e nas imagens, os quais se tornam, também, objeto de análise para o pesquisador político. O processo político pressupõe embates e disputas simbólicas, nos quais se faz uso de discursos e de imagens, perpassados por relações de poder, para convencer e atingir objetivos e interesses. Essa conjuntura apresenta-se como uma das temáticas para o território do historiador político, para o qual poder não é algo singular, nem bipolar, mas múltiplo. Trata-se de um jogo de forças.

“A relação de forças que Foucault chama ‘poder’ excede a violência.” (DÍAZ, 2010, p.120). Foucault pensa o poder como uma rede capilar, múltipla e jamais homogênea e centralizada. E as relações de poder se caracterizam por uma atitude ativa, de induzir, criar e moldar, atuando sobre o outro. Podendo os sujeitos apresentar resistência, através do cuidado de si.

Sendo assim, todo poder está respaldado por um saber que o legitima. Não há poder sem um saber que o apoie. O poder é constituído por correlações de forças, no entanto estas correlações nem sempre são repressivas e ou violentas.

Já que não se pode definir o político por uma coleção de objetos ou um espaço, somos levados a definições mais abstratas. A mais constante é pela referência ao poder.” (RÉMOND, 2003, p.444). Partindo do princípio de que não se pode restringir a política às relações estabelecidas com o Estado, mas também com a sociedade global e com as coletividades (população), “É importante destacar que a política não segue um desenvolvimento linear: é feita de rupturas que parecem acidentes para a inteligência organizadora do real.” (RÉMOND, 2003, p.449).

Neste sentido, a política está marcada por conquista, convencimento, exercício e busca de poder. O fazer político é múltiplo e diverso, envolvendo jogos e representações simbólicas. “O campo do político não tem fronteiras fixas, e as tentativas de fechá-lo dentro de limites traçados para todo o sempre são inúteis”. (RÉMOND, 2003, p.443).

Pode-se por assim dizer, que a esfera do político abrange a totalidade do social, se beneficiando dos sentimentos, emoções e do imaginário individual e coletivo. É incerta e repleta de imprevisibilidades e heterogeneidades. Dessa forma não podemos tomá-la como campo linear e homogêneo, mas como um campo complexo que envolve fronteiras tênues e dinâmicas.

As relações entre mídia e política, por exemplo, potencializam diversas reflexões a partir de interpretações das fontes. E, neste sentido, a perspectiva de LIMA (2004), quando elenca sete teses sobre mídia e política, é discutir como elas se relacionam e se afetam mutuamente. As referidas teses são: Primeira: a mídia ocupa uma posição de centralidade nas sociedades contemporâneas permeando diferentes processos e esferas da atividade humana, em particular, a esfera da política. Segunda: não há política sem mídia. Terceira: a mídia está substituindo os partidos políticos em várias de suas funções tradicionais. Quarta: a mídia alterou radicalmente as campanhas eleitorais. Quinta: a mídia se transformou, ela própria, em importante ator político. Sexta: as características históricas específicas do sistema de mídia no Brasil potencializam o poder da mídia no processo político. Sétima: as características históricas específicas da população brasileira potencializam o poder da mídia no processo político, sobretudo no processo eleitoral. Desse modo, as concepções de Lima potencializam uma discussão sobre os elementos simbólicos das representações acerca da política, sobretudo no processo eleitoral, e a construção e veiculação do perfil dos candidatos.

Mídia e poder se imiscuem e se combinam de tal forma que a mídia possui um lugar operante e de destaque na política. Através dela, principalmente, a população conhece o perfil e as propostas de candidatos no jogo político que compõe as eleições, além de se instituir imagens e representações que interferem no perfil e na aceitação dos candidatos. Assim, a mídia é um ator político ajudando a formar opiniões e na tomada de decisões.

O espaço de disputas eleitorais para prefeito, no ano de 2012, na cidade de Cajazeiras-PB delimita os enfrentamentos das forças sociais políticas, manifestando assim as relações de poder. Nesse cenário fica evidenciado que as disputas simbólicas e antagônicas e os confrontos de interesse são debatidos e até constituídos tendo como espaço de manifestação a atuação da mídia<sup>1</sup>. E nesse enfrentamento, o que está em jogo é a conquista de objetivos, sendo o principal deles governar. E é neste contexto que a proposta deste estudo transita, objetivando problematizar as relações entre mídia e política, tomando como base as eleições para prefeito do ano de 2012 na cidade de Cajazeiras-PB<sup>2</sup> e considerando o papel da mídia nesse cenário político como um quarto poder. A escolha do tema se justifica pelo fato de acreditar-se que o trabalho contribuirá para os escassos estudos sobre política e mídia em Cajazeiras-PB.

Diante das questões colocadas anteriormente, a preocupação central para o encaminhamento deste estudo será de realizar uma pesquisa qualitativa, fugindo das descrições factuais. Nesta pesquisa tomaremos o discurso midiático enquanto artífice criativo, analisando os meios de comunicação como instrumento de poder e investigando os elementos simbólicos das sobre a política na construção da imagem pública dos candidatos durante as campanhas eleitorais nos recursos midiáticos.

Todas as reportagens analisadas, obviamente, partem de um espaço de elaboração e tiveram como autores sujeitos ideologicamente interessados e orientados. “Os órgãos da mídia, quando privados, são empresas capitalistas de comunicação, que, portanto, objetivam o lucro”. (FONSECA, 2004, p.14). Partindo desse pressuposto, fica claro que as reportagens estão inseridas em uma indústria de mercadologização na notícia, ao tempo em que permitem observar, sobretudo nos jogos da política, como se configuram os embates e as correlações de forças.

Nesta perspectiva a monografia está dividida da seguinte forma:

O primeiro Capítulo intitulado Mídia e Poder traz uma discussão sobre os meios de comunicação enquanto espaços de poder político e ideológico que

---

<sup>1</sup>Mídia é um conceito que abrange diversos meios de comunicação, mas aqui será utilizado para se referir ao Jornal Gazeta do Alto Piranhas e para o site Diário do Sertão, ou seja, aqui os recursos midiáticos se referem essencialmente ao Jornal e a internet.

<sup>2</sup>Cajazeiras é um município do Alto Sertão do Estado da Paraíba, situado na Região Nordeste do país. Está distante 468 quilômetros da capital do estado, João Pessoa. Ocupa uma área de aproximadamente 566 km<sup>2</sup> e sua população, de acordo de acordo com a IBGE, é de 61 816 habitantes, em estimativa de 2016, sendo o sétimo município mais populoso da Paraíba.

interferem no jogo político; Faz-se uma problematização sobre o exercício do poder pela mídia, contemplando a mídia operante em 2012, nas eleições para prefeito de Cajazeiras-PB. Já o segundo capítulo “Mídia e cultura local” reflete as relações entre cultura e política, evidenciando o fazer e as articulações das eleições de 2012, bem como as elaborações midiáticas a respeito das mesmas, pensando como e até que ponto a presença da mídia nas eleições alteram as características da cultura política local. Por fim o terceiro capítulo problematiza os espaços de encenação e espetáculo nas eleições de 2012, através da Mídia local. Buscando compreender como a mídia gestou os jogos políticos naquela campanha;

# CAPÍTULO I

## MÍDIA E PODER

### 1.1 A MÍDIA NAS TESSITURAS DO PODER.

Os meios de comunicação como jornais impressos e sites da internet integram o que chamamos de sistema midiático ou simplesmente Mídia. Um sistema múltiplo e dinâmico no qual circula ideias, notícias de fatos diversos enfim informações e que se insere no âmbito da comunicação de massa. Considerando que “a expressa comunicação de massa se refere a objetos tecnológicos capazes de transmitir a mesma informação para um vasto público”. (CHAUÍ, 2006, p.36), destaca-se o poder de alcance dos meios de comunicação em transmitir informações.

Não se pode pensar mídia sem articulá-la ao poder, sendo este elaborado como um conjunto de dispositivos em constante atividade que não são exclusivamente repressivos, mas que se positivam na medida em que engendram, criam e impelem ações e sujeitos. Mídia e poder se relacionam em um jogo sutil de influências.

Historiograficamente a análise do poder do filósofo francês Michel Foucault é umas das mais relevantes e significativas. “O poder não tem como única finalidade a repressão (...). Para Foucault, o poder, mais que repressor, é produtor de realidades. mais que ideologizar, produz verdade.” (DÍAZ, 2012, p.122). A grande inovação da analítica de Foucault, nesse campo, é pensar o poder como um exercício positivo e não unicamente repressor. Nesse sentido, o poder cria e estabelece verdades, além de fabricar e construir sujeitos; e se institui como uma rede capilar, múltipla e jamais homogênea e centralizada. Sendo assim, “O poder não é algo singular, nem bipolar, mas múltiplo. Trata-se de um jogo de forças. (DÍAZ, 2012, p.120); se constitui por relações de forças, no entanto tais relações nem sempre se expressam de forma repressiva e violenta.

As relações de poder se caracterizam por uma atitude ativa, de induzir, criar e moldar, atuando sobre o outro. Podendo os sujeitos apresentar resistências, através do cuidado de si.

A ética do cuidado de si é a tomada da governamentalidade em outro aspecto. Muda-se o foco dos governos dos outros para o governo de si. Ninguém governa a si mesmo em isolamento, mas sempre em relação aos

outros, no convívio social. Governar-se é relacionar-se com os outros. (GALLO, 2001,33)

Nessa perspectiva, o cuidado de si é uma ramificação, por assim dizer, da governamentalidade. No entanto, enquanto a governamentalidade abrange um poder dirigido e exercido sobre os outros, o cuidado de si é uma forma de governar a si próprio, ainda que em relação aos outros. Partindo dessa premissa, percebe-se que o conceito de governabilidade reorienta as análises acerca do poder, desloca a atenção exclusiva ao campo do Estado e sinaliza as existências das estratégias, táticas e ideologias como produto e produtora das relações de poder.

Nesse sentido, pensamos o poder como uma rede capilar de forças, mas que não tem dono, nem tão pouco espaço localizado. Se institui como embate, de forma microscópica e não apenas de modo institucional.

A percepção de que o Poder não tem um centro único (isto é, não é apenas uma forma de repressão encaminhada a partir dos mecanismos estatais a serviço de uma classe dominante) e a idéia de que este Poder, que está por toda a parte inclusive sob a forma de micropoderes, aparece entranhado em diversas outras relações que coexistem no mundo humano: a família, a sexualidade, o amor, o parentesco, a produção, a comunicação através do uso da língua [etc.]. (BARROS, 2005, p. 8)

Nessa perspectiva, o poder, é compreendido com um dispositivo de enunciados e visibilidades que se positivam socialmente e culturalmente, pois, todo poder está respaldado por um saber que o legitima. Não há poder sem um saber que o apoie. “Saber e poder pressupõem-se reciprocamente.” (DÍAZ, 2012, p.122).

De acordo com esses pressupostos, o poder e sua respectiva conquista são as referências que melhor caracterizam o fazer político. Esta atividade múltipla e heterogênea se faz à custa do estabelecimento de relações com uma série de outros domínios, como, por exemplo, a Mídia. “É através da mídia – em sua centralidade – que a política é construída simbolicamente, adquire um significado.” (LIMA, 2004, p.51).

## 1.2. MÍDIA LOCAL

Nas eleições do ano de 2012, na cidade de Cajazeiras no Alto Sertão paraibano, por exemplo, o Jornal Gazeta do Alto Piranhas eo site Diário do Sertão tiveram papel de destaque na conformação do clima de campanha. Estes são recursos midiáticos de presença significativa na vida social, cultural e política do Município em questão.

O jornal Gazeta do Alto Piranhas é um jornal semanal, que circula todas as sextas-feiras, na cidade de Cajazeiras. Fundado em 1º de janeiro de 1999, pelo professor José Antonio de Albuquerque, o Gazeta tem prestígio e público leitor garantido na sociedade cajazeirense. Ao lado de sites importantes, como o Diário do Sertão, o Gazeta publicou diversas reportagens no ano de 2012, informando e noticiando as eleiçõesmunicipais daquele ano.

O Diário do Sertão, resultado de um projeto de Multimídia do jornalista Petson Santos, entrou no ar no dia 21 de Agosto de 2006 e em 2012 já era um dos sites mais acessados do interior do Estado da Paraíba. Este site emitiu calorosas reportagens sobre o pleito de 2012 em Cajazeiras, mantendo os cidadãos a par de tudo o que se desenrolaram na arena política da cidade.

Esses recursos midiáticos são localizados e de grande alcance junto à sociedade cajazeirense, dentre outros motivos, pelo fato de Cajazeiras ser um município cuja mídia é, numericamente, pouco expressiva. No entanto, suas notícias estavam sempre próximas dos eleitores, uma vez que veiculavam as vozes dos protagonistas políticos, noticiando os fatos e feitos do pleito de 2012.

Contudo, por ser ideológica, a mídia produz representações e imagens de forma camuflada e supostamente despretensiosa. Para Chauí (2006, p.76).

A peculiaridade da ideologia contemporânea está no seu modo de aparecer sob a forma anônima e impessoal do discurso do conhecimento, e sua eficácia social, política e cultural funda-se na crença na racionalidade técnico-científica. Em outras palavras, o discurso ideológico pode aparecer como discurso social porque o social aparece constituído e regulado por essa racionalidade.

Nessa perspectiva, percebemos que a presença da mídia nos espaços sociais, inclusive na política, se faz de tal forma que o seu poder de persuasão, é

camuflado pela égide da neutralidade e da insuspeição. É um poder presente, mas disfarçado e protegido por uma auréola de desinteresse e imparcialidade.

Muitas vezes elas encabeçam e se valem de um discurso de cunho social desinteressado, para assim transparecer um engajamento pautado na neutralidade e em uma fervorosa defesa social, que tem como foco principal a defesa dos interesses coletivos do povo. “Às vezes, exatamente por estarmos tão imersos em nosso mundo mediatizado, nem nos damos conta das múltiplas consequências sociais da presença dos meios de comunicação.” (MIGUEL, 2000, p.194) Os aparelhos de comunicação passeiam nas esferas sócias, agem, influem e transformam de forma quase invisível. Em Cajazeiras, os veículos midiáticos são sutis, mas incisivos. Atuam de forma a persuadir as pessoas, a criar e influir na perspectiva da realidade e tudo isso de forma astuta e fugaz.

Segundo Schlegel (2006, p. 10).

Os meios de comunicação de massa desempenham papel de fator interveniente na relação entre cidadão e política, porque, nas sociedades desempenham função de destaque na construção do universo simbólico dos indivíduos, que é o campo por excelência da política. A mídia é uma das principais fontes de informação objetiva sobre a esfera política, mas seu impacto vai, além disso.

Partindo dessa análise percebe-se que a mídia tem potencial de gerar e criar um clima de campanha bastante peculiar. Os acontecimentos das eleições de 2012 em Cajazeiras, por exemplo, foram refletidos e recriados nas páginas do Gazeta do Alto Piranhas e do Diário do Sertão sempre carregadas de emoção e de indução. Quase tudo que chegava a população sobre a política tinha uma relação direta ou indireta com a mídia. Assim, a mídia criou sentidos para aquela campanha, não sendo apenas “(...)um mero espelho que reflete a realidade, pois na verdade a comunicação de massa recria a realidade, com vieses capazes de distorcer a imagem que se forma”. (SCHLEGEL *apud* Lippmann, 1965, p.1). Os fatos da política nunca eram uma reprodução exata da realidade, até porque isso é uma tarefa impossível. Já diz o tão conhecido adágio popular: quem conta um conto, aumenta um ponto.

Neste sentido, a mídia, representada pelo Jornal Gazeta do Alto Piranhas e pelo site Diário do Sertão é concebida como ator político-ideológico, devendo ser

compreendida “[...] fundamentalmente como instrumento de manipulação de interesses e de intervenção na vida social” (CAPELATO & PRADO, 1980, p. 19).

Reportagem publicada no Jornal Gazeta do Alto Piranhas, Junho de 2012. Cajazeiras PB.

Sendo assim, as notícias da campanha junto a população se deram, sobretudo, através do conhecido jornal alto Piranhas, único jornal impresso e periódico da cidade de Cajazeiras, o qual, juntamente com o site Diário do Sertão exerceu um forte poder de informação e persuasão durante a campanha de 2012 na polarização supracitada, o que fundamenta a importância desempenhada pela mídia na referida campanha eleitoral, e o seu papel de responsável pela articulação e construção simbólica da campanha. Além disso, ela simboliza a disputa eleitoral, na medida em que constrói emblemas e significações em torno dos candidatos.

O site Diário do Sertão publicou, em setembro de 2012, uma reportagem que pode ser símbolo catalisador dos referenciais de poder e ideologia da mídia nas referidas eleições. Intitulada de “O que pode e o que não pode nas eleições 2012”? A reportagem informava ao público eleitoral quais ações eram liberadas e quais deveriam ser evitadas, na campanha.

19/09/2012 às 08h58

## O que pode e não pode nas eleições 2012?

Seja em campanha ou no dia do pleito eleitoral, existem várias normas e procedimentos que devem ser seguidos pelos eleitores, candidatos a cargos eletivos e cabos eleitorais. Estampadas pela Justiça Eleitoral, estas leis tratam-se, por exemplo: uso da internet, camisetas e bonés e à distribuição de folhetos ou santinhos, bem como estipular critérios para realizar comícios, carreatas e passeatas.

### INTERNET: Pode

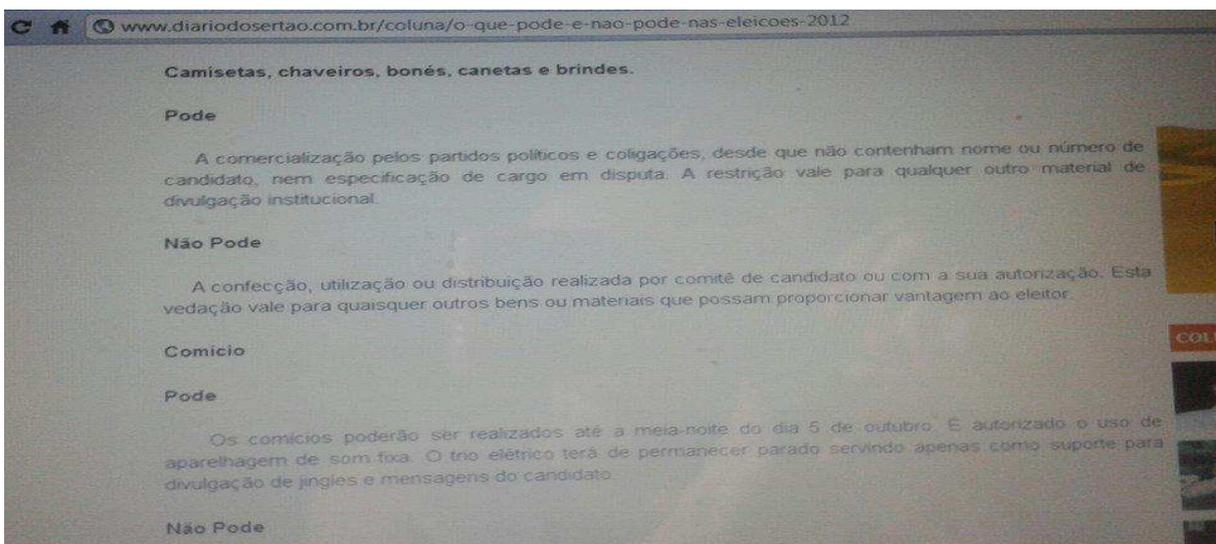
Está liberado o uso de sites de partidos e candidatos, desde que comunicados à Justiça Eleitoral e hospedados em provedores estabelecidos no Brasil. É permitida também a veiculação de propaganda eleitoral por meio de blogs, sites de relacionamento (Orkut, Facebook, Twitter etc) e sites de mensagens instantâneas.

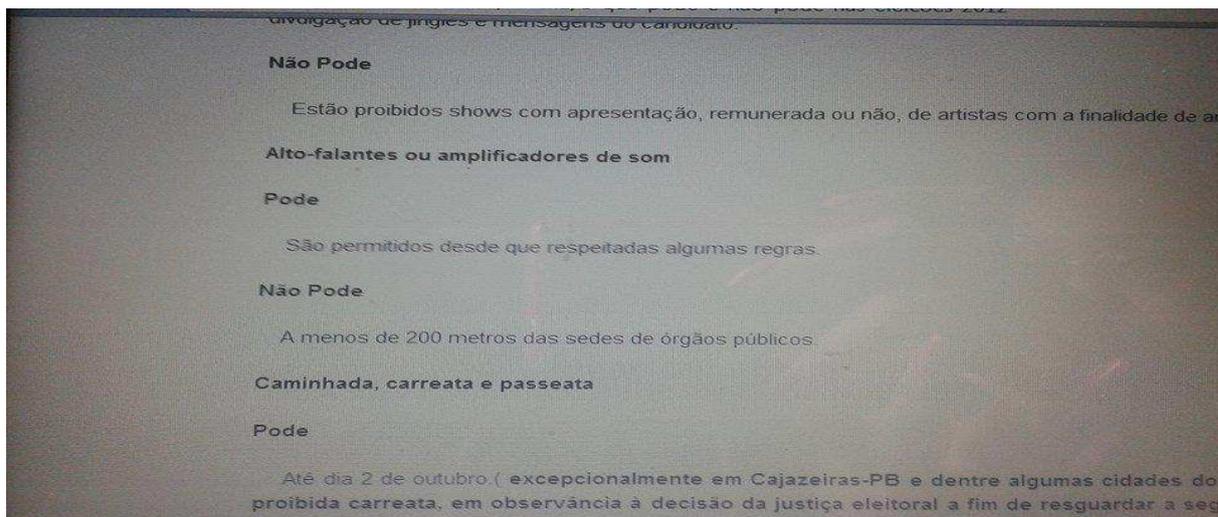
As propagandas eleitorais veiculadas por e-mail são permitidas, mas devem conter mecanismo que possibilite ao destinatário solicitar seu descadastramento. É permitida ainda a reprodução do jornal impresso na internet, desde que seja feita no sítio do próprio jornal, respeitado integralmente o formato e o conteúdo da versão impressa.

### Não Pode

Qualquer tipo de propaganda eleitoral paga, propaganda em sites de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos, e em sites oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública. Serão aplicadas aos provedores de conteúdo ou de serviços multimídia as penalidades previstas em lei, caso não cumpram, no prazo estipulado, a determinação da Justiça Eleitoral para cessar a divulgação de propaganda irregular veiculada sob sua responsabilidade, desde que comprovado seu prévio conhecimento.

Reportagem publicada no site Diário do Sertão, Junho de 2012. Cajazeiras PB.





Através da mídia, nesse caso site Diário do Sertão, foram disseminadas verdades e concepções, com respaldo jurídico, que deveriam ser acatadas pela população, para o sucesso do pleito. Assim, os meios de comunicação “são ideológicos porque equivalem a formas de codificação da realidade que colaboram para legitimar a ordem social vigente, ou alguns dos seus aspectos”. (Chauí, 1995,81). Tanto o Jornal Gazeta do Alto Piranhas como o site Diário do Serão estavam inseridos em:

Uma disputa por definir o que é a verdade em um contexto em que existe diversidade de opiniões e informações. Por isso, seu sucesso depende da transformação de opiniões “parciais” em representações “universais” e supostamente unitárias da realidade (CHAUÍ, 1995, p.73)

Sendo ideológica e dinâmica, a mídia, na cidade de Cajazeiras, e na campanha de 2012 que analisamos não foi diferente, desempenhou o papel de produtora de saberes e poderes. A elaboração das notícias se insere em um espaço mercadológico, onde a informação é, em grande parte, comercializada, a exemplo dos jornais impressos. Ou seja, no caso dos sites, O diário do Sertão a lógica do mercado se faz presente nos anunciantes, que pagam para propagar serviços nas suas dependências em horários considerados “nobres”. “Passamos hoje da produção de mercadorias empacotadas para o empacotamento de informação”. (McLuhan, 2000, p.145). Este exemplo demonstra como a mídia exercita poder e dissemina ideologias.

Partindo do pressuposto que o poder como exercício gesta saberes e se positiva é interessante pensar a mídia cajazeirense enquanto veículo de divulgação de informações, com capacidade para formar opiniões e engendrar posturas na campanha de 2012, mas, também como meio que institui formas de ver e dizer os jogos políticos municipais, como espaço de exercício de poder, que, como tal, interfere na (re) configuração das relações de poder, do próprio fazer político cajazeirense e da cultura política como veremos a seguir.

## **CAPÍTULO II**

### **MÍDIAE CULTURA POLÍTICA**

#### **2.1. CAMPO POLÍTICO**

O historiador francês, e especialista em história política e história das ideias, René Rémond discute a política como esfera socialmente imiscua, e enquanto modalidade da prática social. Para este autor “Se o político é uma construção abstrata, assim como o econômico ou o social, é também a coisa mais concreta com que todos se deparam na vida, algo que interfere na sua atividade profissional ou se imiscui na sua vida privada”. (RÉMOND, 2003, p.442). Nessa perspectiva a definição de política transita entre o concreto e o abstrato, no entanto, é importante assinalar sua íntima presença na vivência das pessoas. “O campo do político não tem fronteiras fixas, e as tentativas de fechá-lo dentro de limites traçados para todo o sempre são inúteis”. (RÉMOND, 2003, p.443).

Um dos desafios de estudar a História do Político na nossa contemporaneidade é captar e compreender as nuances que se descortinam no horizonte do Político, e estas se inscrevem, na maioria das vezes, em uma História do presente. Além de não ter, academicamente, um status de prestígio, os desafios que são impostos aos historiadores que trabalham com o político no presente são muitos, desde as fontes e seus usos, até a sua relação de contemporaneidade com os fatos estudados. E essas abstrações e simbologias da política são conformadas em grande medida pela mídia.

O fazer político dos sujeitos e suas respectivas identidades e atribuições desenvolvem uma cultura política. A categoria cultura política vem sendo entendida como ‘um sistema de representações, complexo e heterogêneo’, mas capaz de permitir a compreensão dos sentidos que um determinado grupo atribui a uma dada realidade social, em determinado momento e lugar. (Gomes, 2007, p.47). Enquanto categoria histórica, cultura política designa a postura e o comportamento político dos sujeitos sociais. Além disso, a cultura política abrange as vivências, as sensibilidades e as percepções dos indivíduos no espaço político.

Nesse sentido, uma cultura política é um fenômeno de longa duração e, assim sendo, não se transforma de maneira rápida, mas demanda tempo, podendo se

alterar parcialmente ou por completo. Tendo em vista que a existência de uma cultura política “não exclui a existência de movimentos e de transformações em seu interior, mas que adverte para o fato de eles não serem nem rápidos, nem contingentes (...)”. (GOMES,2007,13), no jogo político da cidade de Cajazeiras e, conseqüentemente, do Alto Sertão paraibano, o poder se estabelece através de uma série de dispositivos que estão em constante atividade, buscando a sujeição e o disciplinamento dos indivíduos.

Os dispositivos de poder são, na maioria das vezes, veiculados pelo discurso da mídia e dos candidatos que acabam sujeitando o público votante no sentido forjar atitudes e decisões. Quando se fala em sujeição está se remetendo à capacidade de moldar as pessoas e ‘fabricar’ suas posições, escolhas e atitudes.

As relações de poder na campanha de 2012 em Cajazeiras aparecem, também, entre os próprios candidatos e a sua chamada base de aliados. Entre Dr. Carlos, Carlos Rafael, Gildemar Pontes e Denise Albuquerque, bem como seus respectivos aliados, formaram uma rede de convencimento e envolvimento que acaba produzindo sujeitos dóceis e manipuláveis, de modo que essas relações de poder, com todas as tramas e teias que as tecem, marcam o fazer político nesse espaço e se configuram como grandes responsáveis pela conquista do voto.

As rupturas em relação à conquista do voto, na cidade de Cajazeiras-PB, está associada, em grande medida, à organização histórica e política do sertão paraibano. No momento em que se verificava na historiografia a compreensão das formas de poder associadas ao “coronelismo” e/ou ao “clientelismo” o voto estava associado a ‘consideração’, troca de favores e a obrigação. No entanto, na nossa sociedade hodierna, que em tese, ou quem sabe aparentemente, a compreensão do coronelismo enquanto sistema representativo não mais está em voga, o voto passou a ser considerado mercadoria. Nesse sentido o que temos é uma mercantilização do voto. No entanto, a conquista do voto não se reduz somente a “compra de voto” mas, também, à sedução e conquista, que é perpassada por ela atuação de cabos eleitorais com o respaldo midiático.

Alguns indícios como, por exemplo, as formas de conquista de voto nos levam a identificar reconfigurações na natureza dessa cultura política. Além desta, o que mais nos ajuda a compreender tais transformações, é a entrada da Mídia como ator político nas eleições de 2012, cuja presença foi atuante e constante.

Com o desenvolvimento dos mecanismos midiáticos cajazeirenses, os eventos políticos do ano de 2012, como exposto anteriormente, tornaram-se mais abrangentes, ganhando maior proporção, e ampliando o número de pessoas que tiveram contato com tais eventos, mesmo sem estarem efetivamente presentes em seu desenrolar momentâneo. Na concepção de Lima (2004, p.51):

Antes de seu desenvolvimento, um “evento público” implicava compartilhamento de um lugar (espaço) comum; co-presença; visão, audição, aparência visual, palavra falada; diálogo. Depois do desenvolvimento da mídia, um evento para ser “evento público” não está limitado à partilha de um lugar comum. O “público” pode estar distante no tempo e no espaço. Dessa forma, a mídia suplementa a forma tradicional de constituição do “público”, mas também a estende, transforma e substitui. O “público” agora é midiaticizado.

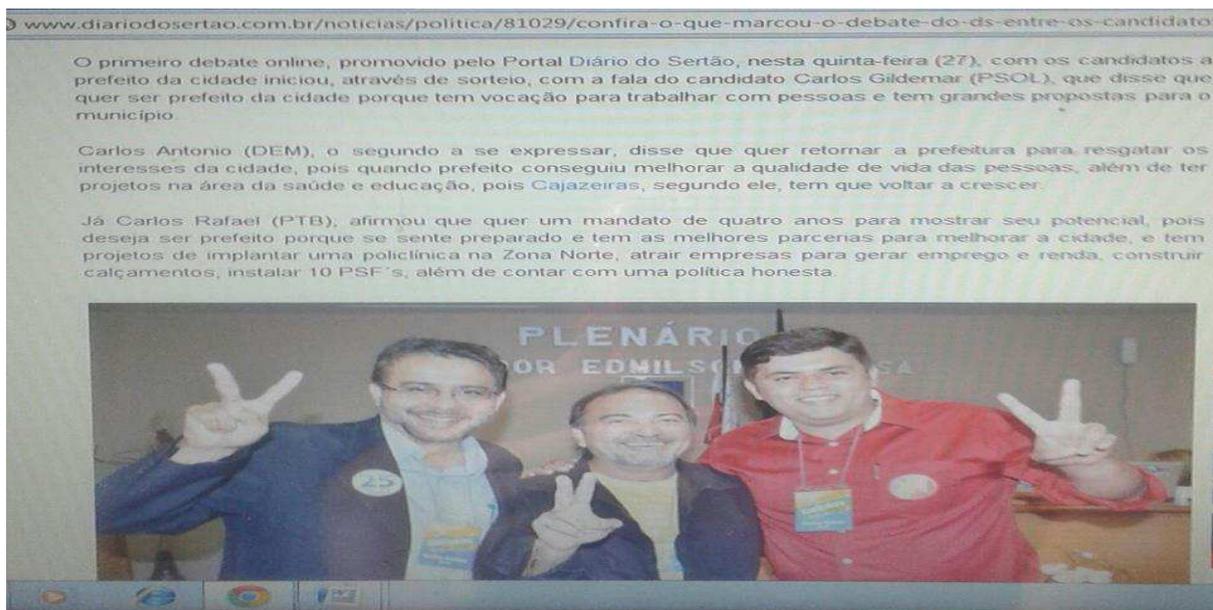
Lima (2004) destaca as mudanças operadas pela entrada da mídia no cenário eleitoral de Cajazeiras. Para ele, antes de sua entrada os acontecimentos políticos eram restritos temporalmente e espacialmente, com o advento da mídia constata-se uma difusão e disseminação dos eventos. Essa expansão dos fatos e das realidades políticas foi amplamente percebida na campanha de 2012.

Os discursos que constituíram as reportagens veiculados pelo Gazeta do Alto Piranhas e pelo Diário do Sertão, como vimos, se instituíram como informação, e assim sendo, foram assimilados e acabaram formando opiniões na sociedade, sendo corresponsáveis não só pela conquista de votos, mas pela conquista de espaço e de prestígio para os candidatos.

Essa capacidade de abrangência dos fatos, tornou o pleito de 2012, em Cajazeiras-PB um verdadeiro espetáculo de vozes entoadas por sujeitos de experiências e inclinações múltiplas atingidos por uma gama de informações carregadas de ideologias e poder, ventiladas nas páginas do jornal e do site.



Reportagem publicada no site Diário do Sertão, setembro de 2012, Cajazeiras - PB



O acesso a informações sobre eventos que não presenciamos e o compartilhamento de referências entre indivíduos que se desconhecem – mas que tem acesso aos mesmos conteúdos midiáticos – estão no centro da experiência social contemporânea. (CHAUÍ, 1995, p.86).

Acontecimentos como esse, da reportagem acima, onde a maioria dos eleitores que não participaram do evento, mas tiveram notícias e ideias do que foi, como foi e do que aconteceu no debate, criam e gestam uma concepção do evento, que pode se aproximar e/ou distanciar da realidade acontecida, mas que é recebida

como verdade pura e absoluta pelo público através da tipologia criada e veiculada pela mídia.

Em Cajazeiras-PB, o cotidiano de campanha em 2012, o dia a dia dos candidatos, os embates, as agendas de campanha foram acompanhados e publicizados pela mídia. Nas páginas da gazeta Alto Piranhas, por exemplo, pode-se ver que os principais fatos ligados a vida pública dos candidatos tinham lugar cativo, diariamente. Do início ao fim daquela campanha, os fatos que constituíram a disputa eleitoral foram divulgados no Jornal Gazeta do Alto Piranhas, a exemplo do momento em que os registros de candidaturas foram homologados, ou seja, oficializados.

O Jornal Gazeta do Alto Piranhas e o site Diário do Sertão ajudaram a compor uma campanha eleitoral efervescente, com acontecimentos novos e de grande alcance, como “em um piscar de olhos”. A população de Cajazeiras não só tomava conhecimento dos fatos políticos, como viviam os sentimentos e tomavam opiniões e visões. Aquele foi um pleito de posições duras e acirradas. As ações se desenrolavam de formas simultâneas e variadas, o que despertava na população um clima de euforia, disputas e empates.

Não só nos eleitores, mas nos candidatos, que através da divulgação das reportagens, se sentiam, a cada instante, impelidos a agir e acontecer dentro da trama política para que seu perfil e o seu plano político ficassem em evidência, garantindo visibilidade notória na disputa.

Portanto, com o protagonismo midiático, é notável a reconfiguração das relações de poder e do próprio fazer político. Neste cenário, Cajazeiras está articulada internamente a cultura política do Alto Sertão paraibano, que, se antes era considerada tradicional e pautada no “patriarcalismo”, no chamado “voto de cabresto”, no nepotismo etc., ao longo do tempo, sofreu certo deslocamento.

Novos atores políticos entram em cena e novas táticas de conquista de voto integram o cenário político da cidade. Assim sendo, novas posturas, novas realidades e distintas perspectivas conviveram e dialogaram no espaço das eleições em 2012, em Cajazeiras-PB.

## 2.2 A AÇÃO MUDIÁTICA NA CULTURA POLÍTICA LOCAL

Historicamente, a percepção acerca da política paraibana que se sobressaia era de que “nos municípios da região do Alto Sertão Paraibano, as relações de poder, no que concerne ao exercício do poder político local, geralmente são analisadas como relações “tradicionais” ou de “apadrinhamento”. (FORTUNATO, MOREIRA NETO, 2013, p. 03). Se considerava a política paraibana vinculada às formas de “coronelismo” e “clientelismo” o voto era associado a ‘consideração’, troca de favores e/ou a obrigação.

Partindo dessa premissa, o que se percebe é uma reconfiguração nas formas de conquistar o voto, evidenciadas na substituição das relações de amizade, família e compadrio por ações de sedução, conquista e persuasão e pela atuação da mídia, a qual ganhou o contorno de um novo ator político no pleito de 2012, interferindo nas decisões do povo e tendo relevante atuação nas tramas políticas de Cajazeiras.

Na sociedade hodierna de Cajazeiras, que em tese, ou quem sabe aparentemente, o conceito de coronelismo não mais está em voga como designador das relações de poder, a ideia é de que o voto passou a ser mercadoria. Nesse sentido, o que temos é uma mercantilização do voto que não se reduz somente à compra, ou ao compadrio, mas, também, à aquisição e barganha por meio da sedução operacionalizada nas ações de candidatos e cabos eleitorais e da conquista midiática do voto.

Portanto, o espaço de disputas eleitorais delimita os enfrentamentos de forças sociais e políticas, manifestando assim as relações de poder que se positivaram em Cajazeiras, na campanha de 2012. Assim sendo, fica evidenciado a preponderância das disputas simbólicas e antagônicas e os confrontos de interesse, balizando as posturas dos sujeitos políticos dessa cidade. Nesse enfrentamento o que está em jogo e a conquista de objetivos sendo o mais forte deles a ação e o ato de governar.

Por outro lado, as ações dos candidatos a prefeito de Cajazeiras no ano de 2012, rumo à administração municipal, tendo como foco a chegada na prefeitura da cidade, eram carregadas de simbolismo e significação, ensejando a posse do cargo de prefeito. Esse objetivo que estava no cerne do processo eleitoral deu sentido às práticas, tramas e ardis políticos.

As condutas políticas dos candidatos e da mídia estavam perpassadas e constituídas por relações de poder, de tal modo que o poder se manifestou nas eleições de 2012 enquanto rede de relacionamentos, na qual os candidatos detiveram e manusearam mecanismos de controle, principalmente o capital político ao seu comando. Comandando votos, prestígios, opiniões e se utilizando da capacidade de persuasão dos veículos midiáticos. O exercício do poder, nas eleições analisadas, oportunizava aos interessados no governo da cidade o trato e manobras de outros elementos importantes para suas candidaturas, o que lhes garantiam vantagens.

Carlos Rafael, Dr Carlos e Gildemar Pontes, em medidas distintas, manusearam, através do site e do Jornal, o favoritismo e o prestígio das suas respectivas candidaturas, a fim de garantir a compilação e a conquista de voto.

Dessa forma, as relações de poder, no município em questão, nos levam a crer que as relações de força no Alto Sertão paraibano são de natureza indutiva. Os agentes políticos cajazeirenses induziram seus pares e os eleitores, conseqüentemente engendraram posturas e atuações em seu favor.

Portanto, o que percebemos foi que, naquele pleito, as relações de poder se manifestaram de diversas formas, sendo elas não só da forma de mercantilização, tão estimada na análise dos cientistas sociais, mas, também, de sedução, amizade e alianças. Dr. Carlos, por exemplo, aparece no discurso midiático como candidato detentor de alianças fortes e consolidadas, feitas com políticos de grande prestígio.

Dr. Carlos foi o campeão não só de votos, mas de manuseio de ardis e tramas. Sabendo, como ninguém, obter vantagens naquelas eleições, através de elementos de sedução e conquista, angariou a simpatia, o respeito e o voto de uma parcela expressiva dos eleitores.



Reportagem publicada no Jornal Alto Piranhas, Junho de 2012. Cajazeiras PB.

As alianças prestigiosas garantiriam ao Dr. Carlos a aquisição de um relevante contingente para a sua chapa. Uma de suas táticas foi se ocuparem arregimentar o apoio dos principais sujeitos que se apresentavam com capacidade de conquista de votos na cidade, como por exemplo, o Deputado Estadual José Aldemir, sujeito de grande prestígio no município.

Como vemos, independente das táticas e estratégias utilizadas, no campo do político cajazeirense, se verifica que a incessante busca para se chegar ao poder administrativo do município, se dá através de tramas e jogos, cujo pressuposto é a aquisição do voto. As ações dos dois agentes políticos que protagonizaram o cenário das eleições (Dr. Carlos e Carlos Rafael) giram em torno da obtenção de votos, seja por meio de conquista, compra ou sedução do eleitorado.

Do exposto se apreende que a cultura política de Cajazeiras, circunscrita no Alto Sertão paraibano foi, por muito tempo, compreendida por meio das relações ditas “tradicionais” entre candidatos e eleitores, que remetem a uma longa tradição política associada ao “clientelismo” e ao “coronelismo”. Agora, novas relações surgem a partir de condutas modernas, dotadas de múltiplos sentidos e símbolos.

Não só a conquista do voto, mas outros elementos nos indicam uma reconfiguração da cultura política dita “tradicional”. A própria forma de fazer a campanha se apresenta como um aspecto destas mudanças. Esta se torna mais

abrangente, difusa e complexa. Incluindo, de um modo bastante peculiar os eleitores, pois o Jornal Gazeta do Alto Piranhas e o Diário do Sertão aproximaram dos eleitores os fatos e a trama política, por completo, sem que eles precisassem sair de casa.

O Gazeta do Alto Piranhas e o Diário do Sertão conferiram novos contornos ao pleito de 2012. Com esses recursos, os candidatos puderam estar mais próximos dos eleitores e serem mais eficientes na divulgação dos seus projetos políticos. Os sentimentos e as emoções afloraram mais e as tentativas de persuasão encurtaram os caminhos.

Percebemos que a entrada da mídia como ator político, essencialmente do Jornal Gazeta do Alto Piranhas e do Site Diário do Sertão, possibilitou no pleito de 2012, em grande medida, um manejo das emoções e dos sentimentos dos eleitores. Esse fenômeno foi amplamente percebido na Campanha, na qual os candidatos se valeram de músicas apelativas, dos debates e da aproximação da mídia para tocar o eleitorado.

Sabe-se que “Estudar a história do político é estar convencido de que o político existe por si mesmo, professar que ele tem uma consistência própria e uma Autonomia suficiente para ser uma realidade distinta”. (RÉMOND, 2003, p.445). Entretanto, é importante saber que “o político é o ponto para onde conflui a maioria das atividades e que recapitula os outros componentes do conjunto social”. (RÉMOND, 2003, p.447). Assim, a esfera do político, em Cajazeiras-PB, no ano de 2012, contraiu múltiplas relações, principalmente com o campo dos sentimentos e emoções, não sendo, assim, a campanha eleitoral um domínio isolado e afastado do dia-a-dia da população dessa cidade, como veremos a seguir.

## CAPÍTULO III

### MÍDIA E CONSTRUÇÃO DOS SENTIMENTOS, NO TERRITÓRIO POLÍTICO

#### 3.1- AS ELEIÇÕES DE 2012 EM CAJAZEIRAS, NAS TRAMAS DA MÍDIA.

A disputa pelo cargo de prefeito, na cidade de Cajazeiras, contou com três candidatos: Carlos Rafael, Carlos Antônio e Gildemar Pontes. Cada um com concepções, posturas e, obviamente, planos de governo diferentes.

O candidato Carlos Rafael, era o prefeito em exercício. Ele havia sido eleito, em 2008, vice-prefeito na chapa de Leonid de Sousa Abreu, o Léo Abreu, no entanto, em maio de 2011, este renunciou ao cargo, cabendo a Carlos Rafael assumir o posto de prefeito municipal. Em razão dessa conjuntura, as suas propostas e o seu plano de governo aparecem como uma continuação positiva e benéfica da administração vigente.

Toda a campanha de Carlos Rafael esteve marcada pela exposição dos seus feitos frente à prefeitura da cidade. Assim sendo, o referido candidato utilizou-se grandemente de suas ações de governo como justificativa e como motivo para a sua vitória. Isso ficou evidenciado na letra de sua música de campanha, que afirmava:

Eu vou votar pra prefeito eu vou votar, com Carlos Rafael Cajazeiras vai ganhar. Sua administração a população aprova, a creche da Vila Nova e também a construção da praça coração de Jesus que a gente tem. A padre Cicero também que já saiu do papel, porque Carlos Rafael trabalha como ninguém. Refrão: Eu vou votar pra prefeito eu vou votar, com Carlos Rafael Cajazeiras vai ganhar . O SAMU com atitude que Cajazeiras ganhou, foi ele quem implantou mostrando grandes virtudes. Os postos de saúde, também mandou reformar. Não se negou a doar com muita tranquilidade o instituto IJB para a Universidade.

A música em questão, que foi difundida nos sites junto com a proposta de governo de Carlos Rafael enaltece a desenvoltura e os feitos deste candidato na sua administração como prefeito e atesta a sua preparação para ficar novamente a frente do município. Este foi uma espécie de opinião pronta e consolidada oferecida a população, esperando que fosse assimilada pela maior quantidade possível de eleitores.

Dr.Carlos, também aspirante ao cargo de prefeito, já havia governado a cidade de Cajazeiras durante o período de oito anos. O seu primeiro mandato se estendeu do ano de 2001 a 2004, sendo reeleito governou de 2005 a 2008.

O candidato em questão, valendo-se desta prerrogativa articulou sua candidatura enquanto ideia de retorno venturoso para o povo cajazeirense e a sua eleição para prefeito como solução para os problemas da cidade, em grande parte gerados pela administração Léo Abreu/Carlos Rafael.

Carlos Antônio Araújo de Oliveira, o Dr. Carlos, construiu a sua imagem, enquanto o candidato da solução, que esteve afastado da prefeitura por quatro anos e agora retorna para o bem comum. Isso é claramente perceptível em sua música de campanha, divulgada durante todo período eleitoral:

Pra nossa terra voltar a sorrir, Cajazeiras vai reagir. Quem não lembra de um tempo feliz que o povo cantava assim: (Alô Cajazeiras, a hora da mudança chegou, Dr. Carlos voltou...) O povo todo pulando, o povo todo vibrando com Dr. Carlos eu vou, aqui só tem alegria e juntos nessa harmonia com Dr. Carlos eu vou.

Na letra da música percebe-se a tentativa de manejo das emoções dos eleitores, através da elaboração de uma ideia de volta e de retorno do candidato Dr. Carlos, bem como da lembrança positiva de sua administração. Sua atuação é colocada como eficaz e é lançada a possibilidade de continuação de um governo sério e competente.

As emoções e sentimentos são claramente acionados na letra da música, principalmente quando se fala em alegria, choro, amor e felicidade. A mídia entoava essa letra, para ajudar a incutir na cabeça dos eleitores que Dr. Carlos era o único candidato sensível às demandas de Cajazeiras, porque ele era um sujeito harmônico, sensível e preocupado com o bem-estar dos cajazeirenses.

Percebe-se uma tentativa de sensibilização do público votante da cidade ao expor o candidato como uma grande personalidade e a forma como a exposição das realizações, enquanto prefeito mostra-o como uma espécie de panaceia para os problemas da cidade de Cajazeiras. A música, citada, é um claro dispositivo direcionado a apelar para a consciência do eleitorado e para mobilizar seus sentimentos de dívida para com aquele prefeito que tantas benesses havia feito para Cajazeiras.



Reportagem publicada no Jornal Alto Piranhas em Junho de 2012, Cajazeiras-PB.

A alegria, a positividade de Dr. Carlos era sempre noticiada. Quando os resultados das pesquisas eram divulgados, também eram divulgadas a análise e a receptividade dele em relação a sua trajetória de campanha auspiciosa.

O Jornal Gazeta do Alto Piranhas traçou o perfil de Dr. Carlos, durante os meses eleitorais, como um homem forte, competente e dedicado. Este era colocado como um nome forte e digno da confiança de Cajazeiras, pelo fato de que ele é médico conhecedor das mazelas do município. Para coroar o arsenal de predicados, ele havia governado a cidade anteriormente. Assim ele já havia comprovado suas habilidades e competências para ocupar a cadeira de prefeito, da cidade.

Nas reportagens, destacavam seu poder de persuasão e de defesa contra os ultrajes dos opositores, dando a entender que as suas ações “verdadeiras”, lhe permitiam, sempre, a defesa contra as acusações que permeavam a seu perfil político.



## DATAVOX

## Maioria da população de Cajazeiras aprova administração de Carlos Rafael

A pesquisa DATAVOX, de Campina Grande, contratada por este jornal e registrada no TRE/TSE no dia 08 de junho de 2012 e realizada nos dias 09 e 10 de junho, ouvindo 500 pessoas, mostra uma aprovação da administração do prefeito Carlos Rafael, com 81,4%, somando-se, ótima, boa e regular.

Segundo a pesquisa, 12,4% da população consideraram a gestão ótima; 41,6 disseram que era boa e 27,4 entenderam que a administração municipal era regular; já 4,2% disseram que o governo era ruim e 8,8%

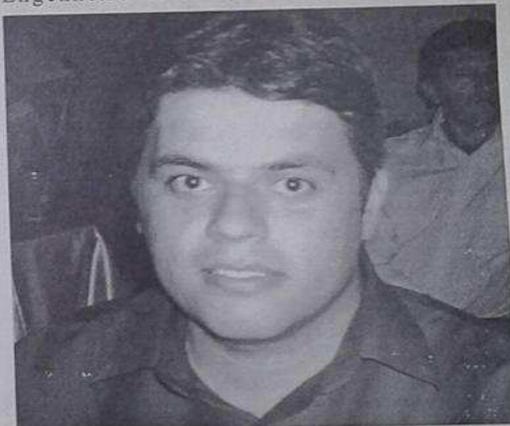
indicaram que não sabiam ou não opinaram.

O instituto também perguntou se a população aprovava a forma como o prefeito vinha administrando o município e o resultado foi o seguinte: 70,6% dos eleitores disseram que aprovam, enquanto 21,2% desaprovam. Já 8,2% disseram que não sabiam ou não opinaram.

A pesquisa ouviu pessoas nos bairros Belo Horizonte, Casas Populares, Pio X, Mitrão, Por do Sol, Capoeiras, Cristo Rei, Esperança, Jardim Olímpico, Santa Cecília, Vila Nova, Remédios, Terceiros, Alto da Bela

Vista e na zona rural, Divinópolis, Almas, Engenheiro Ávidos,

Riacho Fundo, Patamutê, Cocos, Catolés e Serra da Arara.



Prefeito Carlos Rafael tem 70,6% da população de Cajazeiras favorável a seu governo



**Premium**

TALENTO E TECNOLOGIA EM SEGUROS

RUA CORONEL JUVENILDO CORREIA, 357  
CENTRO - CAJAZEIRAS-PB  
FONE: (83) 3531-3439 / 9967-1839  
www.premiumseguros.com.br

A sua empresa é a sua máquina de fazer dinheiro. É ela que dá o sustento seu e de sua família. Existem muitas maneiras de proteger a sua empresa, mas só uma vai garantir o seu patrimônio com eficiência, segurança e economia: O Seguro Empresa.

A Premium Corretora de Seguros está com promoção imperdível para o Seguro de sua empresa. Baixamos o preço do seguro!!! Receba nossos Consultores e faça o seu!!! Assim você terá muito mais tempo e segurança para pensar no que realmente importa.

Ligue agora para 3531-3439 ou 9967-1839 e tire as suas dúvidas, ou se preferir agende uma visita.

**NÓS CUIDAMOS DA SUA EMPRESA  
PARA VOCE MANTER O FOCO NOS NEGÓCIOS.**

Reportagem publicada no Jornal Gazeta do Alto Piranhas, julho de 2012, Cajazeiras-PB.

O opositor de Dr. Carlos, Carlos Rafael era colocado como um modelo de governo bom, mas que precisava ser superado, pois sua forma de governo estava desgastada e precisava ser substituída. O seu principal opositor, Dr. Carlos, fazia questão de elencar as falhas do governo e os problemas graves que o Município enfrentava. Atraso de pagamento aos servidores da educação, referentes ao piso salarial foram alguns dos limites e precariedades da administração de Carlos Rafael que apareceram nas páginas do Gazeta Alto Piranhas.



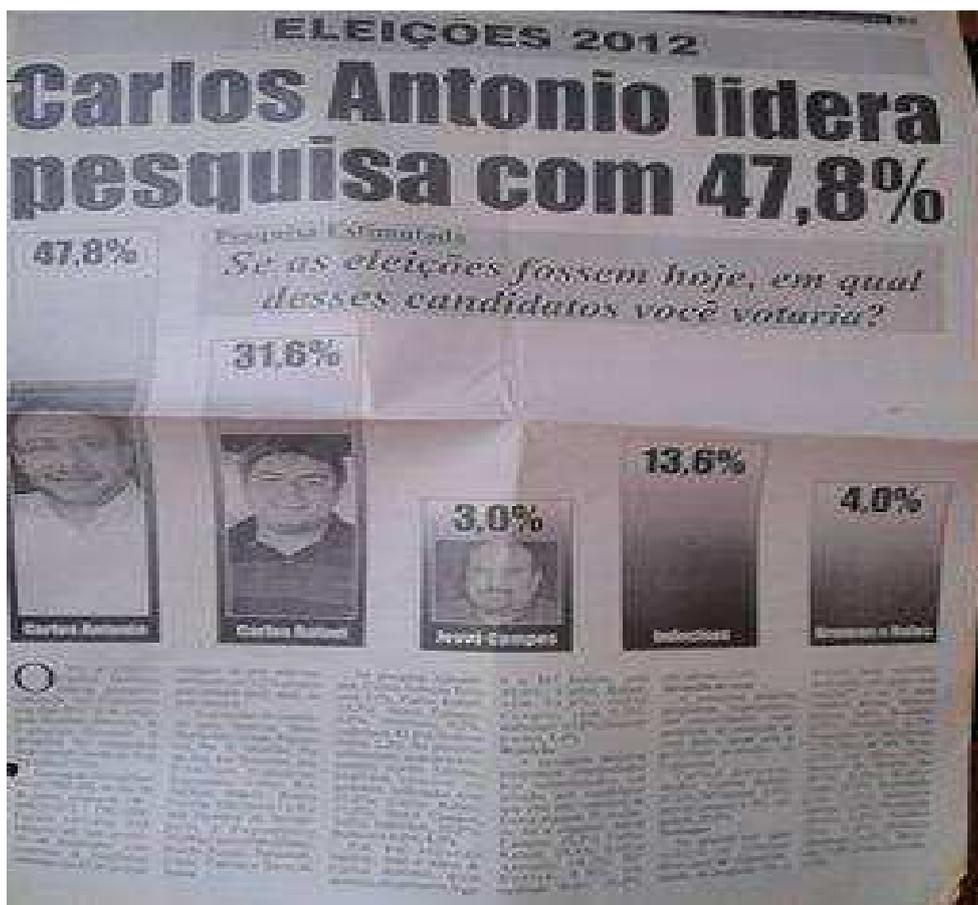
Reportagem publicada no Jornal Gazeta do Alto Piranhas, maio de 2012, Cajazeiras-PB.

Pelo discurso do Jornal Alto Piranhas, se percebe que Dr. Carlos e Carlos Rafael são identificados a partir de referenciais específicos, sendo que o primeiro representa a aurora das mudanças e transformações progressistas e o segundo representa um governo conservador que se autodenomina a favor da população. Quando o Jornal frisa pontos positivos de Carlos Rafael é sempre colocado como um discurso particular, elaborado por ele mesmo, que talvez não seja comungado por todos.



Reportagem publicada no Jornal Gazeta do Alto Piranhas, junho de 2012, Cajazeiras-PB.

Segundo reportagem de capa do Jornal Gazeta do Alto Piranhas, há sete meses da campanha, Dr. Carlos já aparecia como candidato preferido pela população. De acordo com pesquisa do Instituto Datavox, Dr. Carlos venceria as eleições, naquele momento, com 47,8 % dos votos. Claramente se percebia a pujança da força política deste candidato, se criava a ideia de sua força política imbatível pautada na sua caracterização como um líder “carismático” e “prestigioso”.



Reportagem publicada no Jornal Gazeta Alto Piranhas junho de 2012, Cajazeiras-PB

Além disso, a campanha de Dr. Carlos contava com a ação de indivíduos que difundiam o seu projeto político e angariavam votos, instituindo a chamada conquista e sedução de votos, inclusive os candidatos a vereadores da sua coligação. Esses sujeitos, regionalmente, são conhecidos como “cabos eleitorais”, em uma alusão a sua capacidade de âncora e apoio ao candidato.

Não apenas o Gazeta do Alto Piranhas, mas, a mídia cajazeirense, durante todo o pleito eleitoral construiu a imagem de vencedor forte em torno de Dr. Carlos. Sua vitória era certa, assim quando surgiram os problemas de validação de sua candidatura foi muito difícil engendrar os fatos.

No desenrolar da Campanha, Dr. Carlos teve a sua candidatura impugnada, sendo impedido de permanecer na disputa eleitoral. O candidato Carlos Rafael, ancorado pela sua coligação “Cajazeiras de Mãos Limpas” alegou que Dr. Carlos era inelegível, pelo fato de constar no TRE processos nos quais ele estava sendo acusado, entre outras coisas, de improbidade administrativa. Além de que havia contas, referentes à sua gestão, que tinham sido reprovadas.

O candidato Carlos Rafael, ancorado pela sua coligação “Cajazeiras de Mãos Limpas” alegou que Dr. Carlos era inelegível e moveu diversas ações para validar essa acusação. Em contrapartida, Dr. Carlos aciona diversos recursos jurídicos tenham sido junto ao TRE (Tribunal Regional Eleitoral), mas não revalidaram a impugnação. Esse fator instalou um clima de incerteza e dubiedade na política cajazeirense. Nesse enclave, surge a figura de Denise. Esse foi um momento peculiar, que catalisou de forma extrema o uso e abuso das relações de poder. Ficou claro como o voto, em sua conquista, podia ser manuseado de acordo com as conveniências dos mais favorecidos, nesse caso de Dr. Carlos.

Esse fato engendrou uma série de movimentações e embates entre as duas coligações envolvidas, “Cajazeiras de Mãos Limpas” (Integrada por Carlos Rafael) e “A Esperança Voltou” (Integrada por Dr. Carlos). O Gazeta do Alto Piranhas considerou esta movimentação como complexa e densa, destacando que o último processo, o decisório, era constituído por 35 volumes.

Pressupunha-se que aconteceria o afastamento do candidato de maior protagonismo. A máxima era: Dr. Carlos, o favorito a vencer as eleições da cidade de cajazeiras, foi barrado pelo TSE. A partir de então, a maior preocupação era quem substituiria o candidato impedido de disputar a eleição para prefeito municipal. A euforia residia no fato de que não era outro candidato que estava impossibilitado de disputar, era Dr. Carlos, o favorito expresso nas reportagens tanto do jornal como do site. Se este acontecimento tivesse ocorrido com Carlos Rafael ou Gildemar Pontes possivelmente teria tido menos impacto e menos visibilidade, pois estes quase nunca estampavam, como favoritos, reportagens no site Diário do Sertão e no Jornal Gazeta do Alto Piranhas.

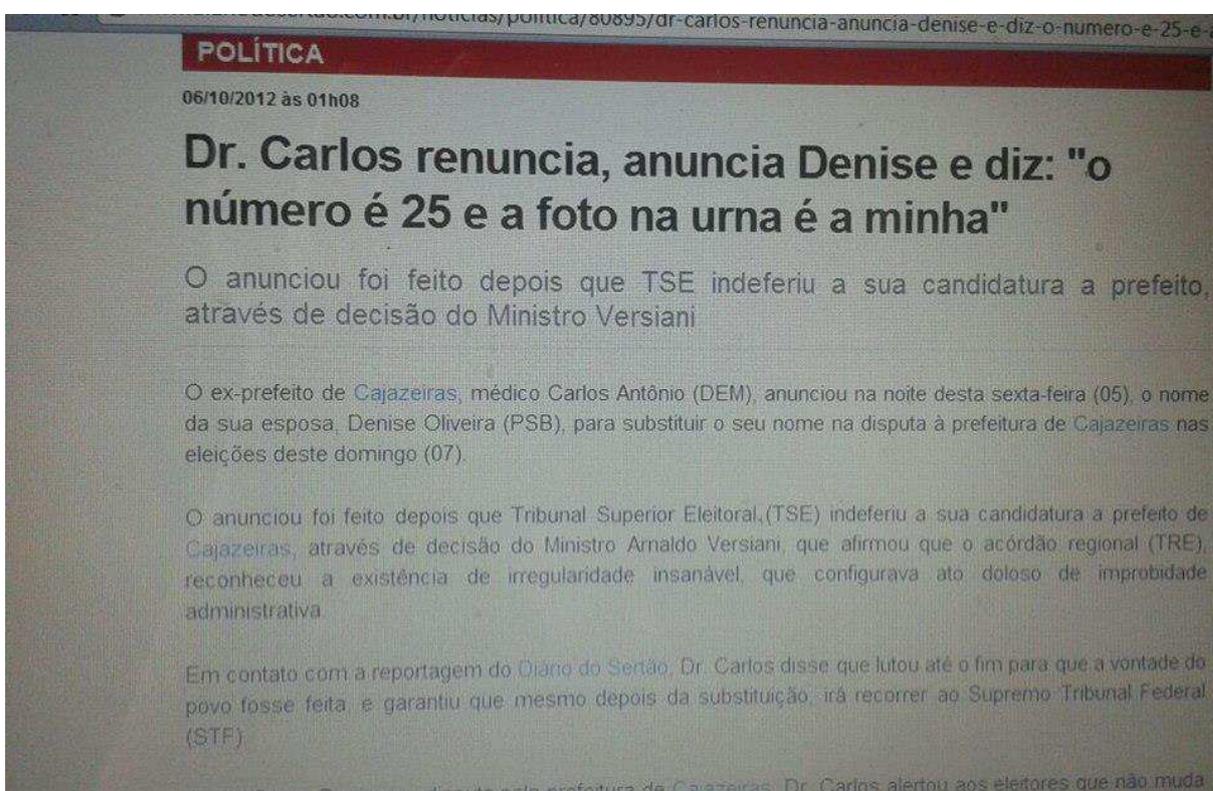
Denise Albuquerque, ex-primeira dama de Cajazeiras, esposa do até então candidato à reeleição, o Dr. Carlos, foi o nome lançado por ele mesmo para substituí-lo na disputa municipal, passando a integrar com Carlos Rafael e Gildemar Pontes o quadro de disputas pelo governo do município de Cajazeiras.

Facilmente as propostas e concomitantemente o projeto de governo do candidato foram ‘entregues’ a sua esposa, que acabou vencendo o pleito.

A eleição de Francisca Denise Albuquerque de Oliveira também expressou a compreensão de como as relações de poder são encaradas e vivenciadas como peças que podem ser manipuladas ao sabor dos interesses e das conveniências. ” (FORTUNATO, MOREIRA NETO, 2013, p.16).

Parecia que não havia ninguém mais apto para tal tarefa, ao passo que ela representava parte dos próprios ideais do ex-prefeito Carlos Antônio.

Essa substituição evidenciou, além de um jogo forte de poder, um entrelaçamento do poder familiar nas questões políticas. “A foto na urna eletrônica permanecerá a de Carlos Antônio”, alertava a reportagem do site Diário do Sertão. A mídia deixava claro, em suas reportagens, que nada ou quase nada havia mudado. Dr. Carlos não saía da disputa, pois a substituição era meramente formalidades judiciais, que não afetava em nada as eleições.



Reportagem publicada no site Diário do Sertão, outubro de 2012, Cajazeiras - PB.

Até mesmo no momento de votação, acabou sendo a foto de Dr. Carlos que apareceu nas urnas eletrônicas, assim era ele o candidato em que o povo votava e escolhia. A candidatura de Denise era questão de resolução judicial, naquele momento ela não tinha alcance junto ao povo e nem era ativa, até então.

Mesmo sendo a candidata á prefeitura, Denise não protagnizava as cenas políticas. Seus projetos de governo não eram divulgados nem no site e nem no

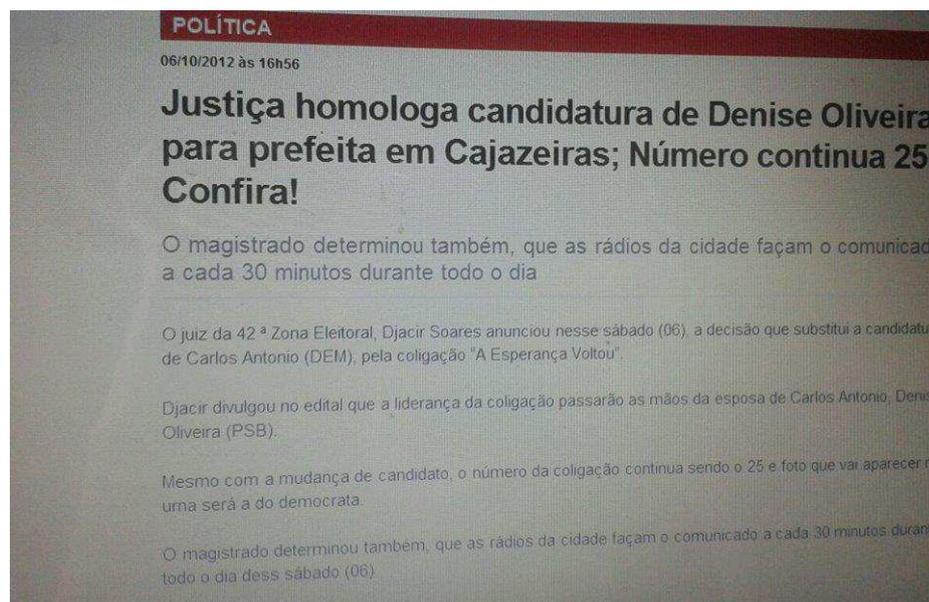
Jornal, as reportagens deixaram claro que sua candidatura era uma ação de caráter emergencial, que sanava os impasses naquele momento.



Reportagem publicada no Jornal Gazeta do Alto Piranhas, março de 2012, Cajazeiras-PB.

A coligação de Dr. Carlos era traçada nos meios midiáticos como um grupo unívoco, homogêneo em seus interesses. Aparecia quase sempre em reuniões, o que transparecia que eles estavam unidos em torno de uma causa comum: o bem de Cajazeiras. Para isso se tornar realidade, Dr. Carlos precisava ser eleito. Raras foram as vezes em que a primeira dama, que mais tarde seria candidata, aparecia. Quando isso acontecia, ela aparecia como mulher ativa e participante da candidatura do esposo e que compartilha com ele o desejo de atender as demandas municipais, durante a campanha. Denise aparece como conciliadora e personalidade atenta aos problemas sociais e de governo.

Não se teve interesse, junto aos meios de comunicação, de tornar claro o exercício das ações de Denise como candidata. Ela aparecia sempre atrelada ao seu esposo, que continuou sendo o candidato favorito, o centro das atenções protagonizando ainda mais as querelas políticas naquela acirrada disputa.



Reportagem publicada no site Diário do Sertão, outubro de 2012, Cajazeiras PB

Denise surge em um momento de crise e contrariedade, sem representar e defender um projeto político próprio. Apenas se apropriando dos projetos do marido, até porque não era interessante para nenhuma das partes que ela fosse atuante, o seu papel era manter o pleito equilibrado, assegurar e demarcar o lugar do candidato que “seria vitorioso nas eleições”.

O discurso midiático, por sua vez, não se dava conta de que noticiava um jogo de poder e uma verdadeira dança de cadeiras no momento em que a primeira dama de Cajazeiras, esposa do até então candidato Carlos Antônio entrou de forma quase que aleatória na disputa eleitoral de 2012. “A eleição de Francisca Denise Albuquerque de Oliveira também expressou a compreensão de como as relações de poder são encaradas e vivenciadas como peças que podem ser manipuladas ao sabor dos interesses e das conveniências.” (FORTUNATO, MOREIRA NETO, 2013, p.16).

Facilmente as propostas e, concomitantemente, o projeto de governo do candidato foram ‘entregues’ a sua esposa. Parecia que não havia ninguém mais apto para tal tarefa, ao passo que ela representava parte dos próprios ideais do ex-prefeito Dr. Carlos. Essa substituição evidenciou, além de um jogo forte de poder, um entrelaçamento do poder familiar nas questões políticas.

Dos três candidatos, Carlos Gildemar Pontes possuía uma postura que se diferenciava largamente dos outros dois. Enquanto que Dr. Carlos e Carlos Rafael se valiam de suas atuações anteriores e de sua experiência política para defender a sua eleição, Carlos Gildemar optou pela bandeira da mudança.

Professor universitário, Gildemar Pontes não tinha um histórico político como os outros. Seu discurso era da inovação e ruptura. Gildemar Pontes, além de trazer para si um discurso do novo e da mudança, buscou representar as minorias, destacando demandas sociais da cidade, entre elas a educação, um dos signos fortes de seu projeto de campanha. No entanto, ele não conseguiu votação significativa, obtendo apenas 2,08% dos votos, o que equivalia a 702 votos. Gildemar não dispunha de uma rede articulada de aliados ditos prestigiosos e nem tão pouco se inseriu em relações de sedução de voto, isso minimizou sua participação no pleito.

Criou-se a ideia, nos meios midiáticos, de que o outro candidato, Carlos Gildemar Pontes, era apenas figurante no cenário, compondo uma chapa sem representatividade, nada além, pois, as reportagens descortinam um clima de disputa acirrada e clara apenas entre Dr. Carlos Antônio e Carlos Rafael, denotando, inclusive, certa preferência pelo primeiro.

### 3.2.ARTICULAÇÕES MIDIÁTICASNO “MUÍDO” DE 2012 EM CAJAZEIRAS-PB

“As campanhas eleitorais podem ser vistas como momentos privilegiados de explicitação, construção e expressão de emoções e sentimentos”. (BARREIRA, 2004, P.84). Cabe-se pensar as eleições para prefeito de Cajazeiras –PB como um espaço de manifestação de emoções e sentimentos com interesses definidos e pré-estabelecidos, uma vez que a gestão dos sentimentos construiu identidades e, conseqüentemente, as identidades políticas puderam se transformar constantemente. Assim sendo, o chamado clima da política em 2012 foi construído em grande parte pela investida de sentimentos e emoções que influenciam escolhas e constroem perfis políticos, mediados, em grande parte pela mídia.

Os meios de comunicação têm, nas sociedades contemporâneas, um papel central na difusão de representações do mundo social. A relação com o mundo é mediada por imagens produzidas e difundidas em escala industrial, fazendo com que nossas referências sejam uma fusão entre o mundo com o qual temos contato diretamente e o mundo que conhecemos pelas telas da TV, pela *internet* e pelas páginas de revistas e jornais. (CHAUÍ, 1995, p.85)

A mídiacajazeirense não só difundiu imagens, como despertou emoções e sentidos, transmitindo e instituindo visões e percepções. Através das páginas do Site Diário do Sertão e do Gazeta do Alto Piranhas, os eleitores também tiveram acesso a muitas informações de fatos e eventos, da política em curso daquele ano, sem estar presentes nos acontecimentos, como, por exemplo, o debate entre os candidatos a prefeito da cidade de Cajazeiras.

Vê-se que os sentimentos eram manejados no sentido de positivar uma concepção de candidato à prefeito aprovado pelo povo, nas eleições para prefeito em Cajazeiras-PB. É nestes termos que os recursos midiáticos ganham relevante espaço no âmbito da política, principalmente por que não há oposição à mídia. Suas opiniões são livremente emitidas, quase sempre sem questionamentos. O que piora a situação é o argumento de autoridade que os meios midiáticos dispõem. “Ao contrário dos outros poderes a mídia não tem um contrapoder.” (SERRANO,2015,p.73). O argumento de autoridade que os meios midiáticos dispõem, são enormes ao passo de lhes conferir um poder de ação relevante frente ao eleitorado.

A mídia não age de acordo com os interesses da maioria da população, visto que seus interesses se sobrepõem a qualquer outro. Assim, “É claro que esses meios de comunicação apoiarão todos os políticos que propuserem mais poder para o mercado e menos para os cidadãos.” (SERRANO, 2015, p.73). A mídia se reveste da prerrogativa de liberdade de imprensa para tomar “partido’ nas disputas sociais.

Assim, é impossível não associar sentimentos e política, pois que a relação dos indivíduos com a política é múltipla e diversa, “(...) as escolhas políticas dos indivíduos não lhes são imperativamente ditadas pelo seu *status* socioprofissional, e que eles tomam muitas vezes partidos que não coincidem com seus interesses materiais”. (RÉMOND, 2003, p.446). Há um jogo simbólico de envolvimento e conquista em torno das escolhas políticas, em que os indivíduos são levados e convencidos a tomar decisões e posições.

Mais uma vez, pode-se afirmar que a mídia local foi responsável pela articulação e construção simbólica da campanha de 2012. Além disso, ela significou a disputa eleitoral, construindo emblemas e significações em torno dos candidatos Dr. Carlos e Carlos Rafael, excluindo quase sempre o terceiro candidato Carlos Gildemar Pontes.

Os veículos de comunicação de Cajazeiras-PB criaram um clima de disputa acirrada somente entre Dr.Carlos e Carlos Rafael. Assim, seria errôneo pensar a política daquele ano distante e apartada dos sentimentos, estes se encontram submersos no processo político. A política não é meramente objetiva ela está contaminada de subjetividades. É possível perceber essas manifestações nas retóricas dos candidatos e nos gestos, ambas dotadas de apelos emocionais. Pelo uso dos sentimentos os candidatos constroem e as mídias, a seu favor, montam perfis e posturas ideais para determinado candidato.

Nesse cenário, o trato com os sentimentos e emoções ganha uma conotação de naturalidade, perdendo seu caráter de construção, pois os sentimentos são utilizados tendo em mente objetivos claros a serem alcançados, ou seja, o universo emocional é acionado a fim de conquistar votos e simpatia do povo, favorecendo assim um dado candidato notadamente Dr. Carlos. Nesse jogo, são recorrentes o uso ou a taxaço de autenticidade e falsidade a fim de legitimar ou negar determinadas candidaturas. Portanto, constituída de disputas simbólicas, a

campanha eleitoral de Cajazeiras em 2012 foi um espaço de manifestação de emoções e sentimentos com interesses definidos e pré-estabelecidos.

Em 2012, Cajazeiras foi palco de um jogo de tramas e ardis existentes por trás da campanha; uma campanha permeada de conchavos e articulações em que como a sobreposição dos interesses particulares em detrimento dos interesses da população foi claramente notado.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em 2012, nas eleições para prefeito de Cajazeiras-PB, a mídia teve papel decisivo e regulador no fazer e no sentir a política, gestando o clima de campanha e conformando as compreensões, principalmente dos eleitores, acerca do pleito eleitoral. As eleições foram tecidas por finas e sutis vozes.

Tanto o Jornal Alto Piranhas, como o site Diário do Sertão, representantes natos do alcance da mídia local, exercitaram poder e engendraram ideologias no decorrer da campanha: tecendo favorecimentos de candidatos, construindo imagens, tanto sobre os candidatos, como sobre eventos políticos, debates etc. e articularam a construção de sentimentos e de simbologias de campanha.

Considera-se que a mídia também contribuiu para as transformações na cultura política cajazeirense, que se situa na cultura política paraibana, por insuflar uma saída das fronteiras do tradicional e dar contornos para um fazer político mais diverso e mais mutável, perpassado por tramas, ardis, conquista e sedução. As relações políticas, em Cajazeiras, ultrapassaram as fronteiras exclusivas do compadrio e das relações de amizade. As alianças políticas passaram pelas fronteiras da cooptação e da mercadologização, mas só isso não garantiu votos. A identificação do eleitorado com o perfil dos candidatos foi preponderante e nessa esfera de identificação e favorecimento a mídia foi participativa e atuante, ao disseminar representações capazes de manejar emoções e preferência no eleitorado.

Assim sendo, pelo alcance que exerceu, a mídia foi um ator político que protagonizou a campanha municipal de 2012, delineando os perfis dos candidatos, construindo sentimentos nos eleitores e elaborando representações sobre fatos e atores da política. Desse modo, o Jornal do Alto Piranhas e o Diário do Sertão auxiliaram na reconfiguração dos elementos políticos como: conquista de voto, construção do perfil dos candidatos, percepção dos eleitores sobre os candidatos e decisão de voto.

As movimentações e embates entre as duas coligações envolvidas, “Cajazeiras de Mãos Limpas” (Integrada por Carlos Rafael) e “A Esperança Voltou” (Integrada por Dr. Carlos), que dominaram a cena política da campanha, bem como a presença do candidato do PSOL (Carlos Gildemar), que fundamentou sua

campanha no slogan “Educar para transformar”, se apresentaram por enunciados discursivos que fundamentavam o debate político na perspectiva de aquisição de votos e de sedução do eleitorado, a todo custo, delimitando os enfrentamentos das forças sociais e políticas e manifestando, assim, as relações de poder.

Portanto, em Cajazeiras-PB, de acordo com o jogo político analisado, no ano de 2012, as relações de poder são, sobretudo, do tipo “sedução”, pois, os candidatos se utilizaram, preponderantemente, de estratégias de apelo emocional na busca de seus objetivos de campanha. Independente das táticas e estratégias utilizadas, no campo do político, nesse município, verificou-se a incessante busca pelo exercício do poder, através de tramas e jogos, cujo pressuposto principal foi à aquisição de votos, seja por meio de compra, conquista, ou sedução do eleitorado.

O pleito eleitoral de 2012 nos faz compreender que tanto a política como a cultura política são artefatos elaborados cotidianamente por meio de táticas e estratégias discursivas, elaborações e reelaborações dos atores políticos (eleitor, mídia, candidato etc.) que instituem visibilidades e dizibilidades sobre as relações e os jogos de poder exercitados durante a campanha.

Não se teve, aqui, a intenção de abarcar todos os pontos de reflexão da temática, dada a grandeza e complexidade do assunto, mas, sim, contribuir com os debates acerca da História Política e do fazer político do município paraibano em questão.

Neste sentido, o espaço de disputas eleitorais, em Cajazeiras-PB, no ano de 2012, delimitou os enfrentamentos de forças sociais, políticas e culturais, manifestando, assim, relações de poder elaboradas e gestadas, sobretudo por meio da sedução, intermediadas pelo discurso midiático. Assim sendo, fica evidenciado que, naquele momento, as disputas simbólicas e antagônicas e os confrontos de interesse e enfrentamento formataram o fazer político.

Muitas foram às vozes veladas que atravessaram a sociedade cajazeirense, através de páginas de informações públicas. As “trilhas sonoras” daquele 2012, eram sedutoras, impelindo os eleitores a tomarem posições e agir dentro das tramas políticas. As eleições para prefeito de Cajazeiras, contaram com tramas e ardis de toda a sorte, amparados pela mídia, a sentinela do “muído”.

## REFERÊNCIAS

BARREIRA, Irllys Alencar Firmo. **Chuva de Papéis**: ritos e símbolos de campanhas eleitorais no Brasil. Rio de Janeiro. RelumeDumará: Núcleo de Antropologia Política, 1998.

CAPELATO, M. H. **Imprensa e história do Brasil**. São Paulo : Contexto, 1988.

CASTELO Guilherme. VEIGA- NETO, Alfredo. **Foucault**: Filosofia e Política. Belo Horizonte: Autêntica 2011.

CHAUÍ, Marilena. Cultura política e política cultural. **Estudos avançados**, v. 9, n. 23, p. 71-84, 1995.

\_\_\_\_\_ **Simulacro e poder**: uma análise da mídia. Fundação Perseu Abramo, 2006.

DE MORAES, Dênis; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da comunicação. Boitempo Editorial, 2015.

DÍAZ, Esther. Os dispositivos de poder. In: **A filosofia de Michel Foucault**. 1.Ed. São Paulo: Unesp, 2012.

FONSECA, C.P. Francisco. Política, Dossiê Mídia E. Mídia E Democracia: Falsas Confluências. **Revista de sociologia e política**, v. 13, n. 22, Curitiba, 2004.

GALLO, Sílvio. Do cuidado de si como resistência à biopolítica. In: BRANCO, Jornal **Gazeta do Alto Piranhas**. Cajazeiras: Ano XII, N° 66, 2012.

LIMA, Venício A. Sete teses sobre mídia e política. In. **REVISTA USP**, São Paulo, n.61, p. 48-57, março/maio 2004.

MACEDO, Roberto Gondo & MANHANELLI, Carlos. A História do Voto no Brasil: O profissional de *Marketing* Político nos Bastidores do Processo Eleitoral. In: **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos, 29 de agosto a 02 de setembro de 2007

MIGUEL, Luís Felipe. Retrato de uma ausência: a mídia nos relatos da história política do Brasil. **Revista Brasileira de História**, v. 20, n. 39, p. 191-199, 2000.

MOREIRA NETO, Mariana. **Outro Sertão**: fronteiras da convivência com o semiárido. Recife: Massangana, 2013

MCLUHAN, Marshall. Visão, som e fúria. LIMA, Luis Costa. **Teoria da Cultura de Massa**: introdução, comentários e seleção de Luiz Costa Lima, v. 5, p. 153-162, 2000.

RÉMOND, René. Do Político. In: **Por uma História Política**. Tradução Dora Rocha. 2. Ed. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

SCHLEGEL, Rogerio. **Mídia, confiança política e mobilização**. 2006. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

**SITE:**

**Diário do Sertão**. Cajazeiras, 2012. Disponível em:

<http://www.diariodosertao.com.br/>

## ANEXOS

## Anexo 1



## Anexo 2



### Anexo 3



### Anexo 4



### Anexo 5



## Anexo 6



## Anexo 7



## Anexo 8



## Anexo 9



## Anexo 10



## Anexo 11

## CADÊ O ANEXO 11?

## Anexo 12



## Anexo 13



## Anexo 15



## Anexo 16



## Anexo 17



## Anexo 18

