

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

Aspropostas de governo no horário gratuito de propaganda eleitoral nas eleições ao governo do Rio Grande do Norte em 2006 .

Jeane de Freitas Azevedo Paiva.

Cita:

Jeane de Freitas Azevedo Paiva (2009). *Aspropostas de governo no horário gratuito de propaganda eleitoral nas eleições ao governo do Rio Grande do Norte em 2006. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/758>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

As propostas de governo no horário gratuito de propaganda eleitoral nas eleições ao governo do Rio Grande do Norte em 2006

Jeane de Freitas Azevedo Paiva

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Jeane_natal@yahoo.com.br

A contemporaneidade apresenta como uma de suas principais características a centralidade dos meios de comunicação de massa no cotidiano das sociedades, cuja dinâmica passa a se estabelecer, em grande medida, por meio das tecnologias comunicacionais. As mudanças culturais ocorridas com o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa refletiram-se na atividade política, na medida em que esta passou a introduzir novas formas de disputa pelo poder.

No que concerne ao processo eleitoral, a mídia, a televisão em especial, revela-se como uma nova arena do embate eleitoral, um espaço privilegiado da disputa política e da construção da hegemonia entre os grupos sociais. A propaganda política veiculada pelos meios de comunicação eletrônicos ganha grande importância nos processos eleitorais, pois

representam uma fonte de informação de amplo alcance, atingindo todos os setores e classes sociais de forma mais direta.

No Brasil, a institucionalização histórica do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) representa um dos principais espaços para a realização da disputa eleitoral entre os partidos políticos, revelando-se um instrumento dinamizador no processo de construção da imagem dos candidatos na disputa pelo voto.

A disputa eleitoral no Rio Grande do Norte em 2006 ocorreu em dois turnos, tendo como principais candidaturas a do senador Garibaldi Alves Filho e a da candidata à reeleição, Vilma Maria de Faria.

Durante os dois turnos, na veiculação do HGPE, um elemento foi comum nos programas das duas principais coligações: tanto a Vontade Popular quanto a Vitória do Povo tentam ressaltar a imagem dos seus candidatos como administradores competentes, realizadores de obras de grande importância quando estiveram à frente do governo do Rio Grande do Norte.

Os programas de Vilma de Faria buscavam enfatizar a imagem da “guerreira” - alcunha política destacada em todas as suas campanhas eleitorais -, que tinha a capacidade de enfrentar os poderosos, principalmente diante do quadro em que seus principais adversários representam os grandes “caciques” da política norte-rio-grandense. Além disso, tentava associar sua imagem a do Presidente Lula, ressaltando as obras realizadas com o apoio do Governo Federal.

Garibaldi Alves Filho, por seu turno, busca destacar as obras realizadas em seus governos anteriores, sobretudo os investimentos em recursos hídricos, buscando consolidar sua imagem como o “governador das águas”. Apontava a incompetência política da governadora por ter perdido grandes empreendimentos para o Rio Grande do Norte, mesmo sendo aliada ao Governo Federal. Mostra-se seguro quanto à sua eleição, e seus correligionários chegavam a afirmar que ele seria o “governador de férias”, e que estava voltando para reorganizar o Rio Grande do Norte.

Ao final dessas eleições, a diferença entre os dois principais candidatos no primeiro turno foi de 15.013 votos, menos de um por cento (1%) e, no segundo turno, a diferença foi de 74.929 votos, correspondendo a 4,76 % dos votos.

Estes resultados contrariaram algumas sondagens de intenção de voto que durante algum tempo davam a vitória de Garibaldi como algo incontestável.

O acirramento da campanha se deu, em larga medida, pela capacidade demonstrada pela equipe de Vilma em reverter as expectativas eleitorais iniciais e crescer politicamente durante o primeiro e o segundo turno do processo eleitoral.

Entre os dois turnos, as estratégias de Vilma tiveram poucas alterações. Contudo, pudemos observar que no segundo turno sua equipe buscou ressaltar ainda mais a parceria com o Governo Lula e direcionar críticas sistemáticas ao governo anterior de Garibaldi Alves pela privatização da COSERN.

As estratégias de Garibaldi Alves, no entanto, sofreram grandes alterações entre os dois primeiros meses do primeiro turno e entre o primeiro e o segundo turnos. Isso evidencia a tentativa de reverter o crescimento político de Vilma de Faria durante a campanha eleitoral, principalmente durante o período da veiculação do HGPE, motivo que levou à mudança da equipe de marketing de Garibaldi Alves no segundo turno.

Durante a análise dos programas eleitorais na televisão, observamos que os dois principais candidatos nesta eleição adotam diferentes estratégias discursivas na disputa eleitoral em 2006: Garibaldi condena o presente e evoca o passado, enquanto Vilma, ao contrário, exalta o presente e desqualifica o passado.

Um elemento comum em suas estratégias na apresentação das políticas futuras revela-se na necessidade da evocação das políticas passadas. Estas nunca são apresentadas como ação principiada pela iniciativa do governo ou do partido, mas como medidas que partem de atributos e iniciativas pessoais do candidato. Seus atributos pessoais se confundem com as realizações dessas obras. Esse fato revela as evidências da personalização da política na era da comunicação de massas, identificadas por autores como Bernard Manin. Além disso, mostra a especificidade da política norte-rio-grandense que, dada a sua dinâmica de alternâncias entre as forças políticas já atuantes no estado, a disputa se desenvolve em torno de uma ênfase nas demonstrações de obras realizadas.

A conjuntura nacional favorável ao governo do presidente Lula, constituiu um fator de grande relevância nos processos eleitorais estaduais. A simultaneidade das eleições para o presidente da república e para os governadores de estado favorece a influência das tendências político-eleitorais decorrentes da disputa política nacional sobre os processos eleitorais estaduais.

A candidata Vilma de Faria definiu sua estratégia eleitoral buscando sintonizar-se com as tendências políticas nacionais, vinculando sua imagem e da sua propaganda eleitoral

com a imagem e avaliação positiva do governo Lula, através da ênfase nas realizações governamentais conjuntas com o Governo Federal.

Na apresentação das propostas governamentais, os programas de Vilma exibem, anteriormente, as obras realizadas em seu governo – ressaltando, na grande maioria das vezes, a parceria com o Governo Federal – evidenciando a sua competência administrativa e diminuindo a importância do governo anterior. Vejamos algumas passagens que mostram como isso ocorre na apresentação dos três tipos de políticas futuras (a serem adotadas em caso de sua vitória no pleito eleitoral) mais enfatizadas em seus programas

2) Saúde

Após mostrar suas obras na área da saúde, a candidata faz o seguinte balanço da sua administração:

Qualquer pessoa pode ver que estamos trabalhando muito na saúde, apesar dessa área ser de responsabilidade de todos os governos: federal, estaduais e municipais. Mas é claro que não resolvemos tudo, que precisamos fazer mais. Porque a saúde é assim: um trabalho permanente, que a gente faz com um olho no presente pra resolver os problemas de agora, e outro olho no futuro, pra adequar a rede de atendimento à procura que não pára de crescer (Vilma de Faria, HGPE do dia 20 de setembro de 2006 - noite).

Apresenta mais uma série de políticas passadas na área da saúde e afirma:

Como vocês perceberam, não está faltando trabalho nem investimento para melhorar a saúde. Nem vai faltar, porque temos a consciência de que não dá pra resolver tudo em apenas três anos e meio. É preciso fazer sempre mais. Por isso, além do compromisso que já apresentamos aqui, quero destacar mais duas prioridades: a primeira é a construção do Centro de Referência de Traumatologia em Natal; a segunda é a construção de dois Hospitais da Mulher: uma em Natal, outra em Mossoró (Vilma de Faria, HGPE do dia 20 de setembro de 2006- noite).

3) Recursos hídricos

Após mostrar, em meio a um tom emotivo, a história de vida de Dona Teresa - uma mulher simples que vive de forma humilde no interior do estado -, beneficiária dos projetos sociais desenvolvidos pelo seu governo, Vilma de Faria faz a seguinte análise:

A pobreza não pode esperar pela lentidão de ninguém. Não é a conversa fácil e o jeito bonzinho [aqui, ela faz referência ao seu adversário] que resolve o problema de quem tem fome, de quem tem sede ou falta de trabalho e renda. Essas são situações que só se resolve com vontade política, força de trabalho e capacidade de comandar um governo popular. Em apenas três anos e meio e sem vender nenhum patrimônio do povo, conseguimos fazer muito para poder diminuir a pobreza, o sentimento de abandono e a falta de trabalho e renda, especialmente no campo. Mas eu sei também que ainda falta muito pra fazer e vamos fazer. Nos próximos quatro anos, vamos ampliar ações como o desenvolvimento solidário, que vai atingir mais de cem mil famílias, e atingir três grandes metas sociais, das quais eu não abro mão: o analfabetismo chegará à zero, ninguém mais vai morar numa casa sem luz elétrica, e o programa água pra todos será uma verdade definitiva. Quem consegue levar luz a mais de trinta mil casas esquecidas no passado, pode prometer levar água pra todos. Faremos um governo voltado cada vez mais para os mais pobres, os mais humildes. São eles que precisam mais. São a eles que devemos mais. A minha forma de governar é pra todos, sem discriminação, mas priorizando quem mais precisa. Vamos fazer as adutoras que ainda faltam. Apesar de já termos feito mais de 500 km em tão pouco tempo de governo e sem os milhões da venda do patrimônio público. Se fizemos a “Luz pra todos”, agora chegou a vez do “Água pra todos”. Lula já aprovou esse projeto e se comprometeu comigo a levantar os recursos necessários para termos águas em todos os cantos e recantos do Rio Grande do Norte. (Vilma de Faria, HGPE, noite de 06 de setembro de 2006).

Como podemos observar, os discursos de Vilma de Faria assentam-se na demonstração da performance e do sucesso da administração de quem está fazendo o que os outros (os ex-governadores coligados nesta eleição) deixaram de fazer durante todo o tempo em que estiveram no poder. Suas propostas aparecem envoltas a esses discursos, demonstrando, assim, não uma organização de ações futuras elaboradas, mas uma continuidade do programa que vem sendo desenvolvido. Tal situação sugere que houve uma adequação da apresentação

das propostas à dinâmica estratégica adotada na campanha e não a exibição de projetos sistematicamente elaborados.

As proposições de Garibaldi, por sua vez, destacam-se pela apresentação de “intenções” (Cf. MEDISTCH, 2005) em melhorar o estado em todas as áreas que, segundo os programas desse candidato, sofreram com o descaso do governo atual. Os contextos em que aparecem tais proposições caracterizam-se pela crítica sistemática à administração atual e pela exaltação da competência e capacidade política do candidato realizar obras importantes para o desenvolvimento do estado. Vejamos o modo como ocorre a apresentação das três políticas futuras de maior destaque nos programas deste candidato:

1) Emprego e Renda

O programa da noite de 22 de agosto inicia-se com a apresentação de alguns dados sobre o desemprego no Rio Grande do Norte:

Dessa vez, é o IBGE que registra: o desemprego no RN cresceu muito nos últimos anos. O índice de desempregados do ano passado é o pior do estado desde 2001. Bem diferente do que o governo estadual tem anunciado. Outro dado que preocupa é que o desemprego atingiu mais as mulheres potiguares. Entre elas, a taxa pulou de 9,91% em 2004, para 14,30% em 2005. A verdade sempre aparece. Não adianta tapar o sol com a peneira. Não adianta fazer propaganda do que não existe (Locutor do programa de Garibaldi, HGPE do dia 22 de setembro de 2006).

Em seguida, Garibaldi faz sua análise:

Vocês viram que a situação do emprego não é a maravilha do que a propaganda do governo estadual diz que é. Infelizmente essa é a realidade. Para gerar emprego de verdade, vou fazer uma revolução na economia da área rural, assim como já fiz com o Programa das Águas e com o Programa do Leite. Desta vez, vou implantar o Programa do Biodiesel RN, para produzir o combustível do futuro. (Garibaldi Alves Filho, HGPE do dia 22 de setembro de 2006, noite).

2) Segurança

No programa televisivo exibido na noite de 30 de agosto e repetido na tarde do dia 01 de setembro foi elaborado especificamente para tratar do tema da violência.

Nesse programa, aparecem declarações de populares falando sobre o medo de sair às ruas devido a falta de policiais e pedindo para que Garibaldi volte para resolver tal situação. São apresentadas matérias jornalísticas sobre crimes acontecidos no estado e sobre a falta de investimentos para equipar o corpo policial. Diante das demonstrações na deficiência da área de segurança do estado, Garibaldi faz a seguinte análise:

Precisamos recuperar a tranquilidade e a segurança do Rio Grande do Norte. E a primeira coisa é tirar a educação do fundo do poço. Isso precisa ser feito urgentemente. Temos que voltar a gerar empregos e temos, é claro, que investir nas polícias que precisam de mais equipamento, mais treinamento e principalmente mais tecnologia para combater o crime (Garibaldi Alves Filho, HGPE do dia 01 de setembro de 2006 – noite).

Em seguida, apresenta suas propostas e faz comentários sobre as mesmas:

Informatização da PM, Polícia Civil e Corpo de Bombeiros, integrando uma única base de dados: essa é mais uma ação que vai agilizar e tornar mais eficiente o trabalho das polícias. Será implantado um único modelo de Boletim de Ocorrência em meio eletrônico e de fácil acesso por todas as forças; Concursos para delegado da Polícia Civil para preencher as vagas que existem no interior: com a falta de delegados da polícia civil no interior, oficiais da Polícia Militar acabam exercendo essa função. Apesar da boa vontade, eles não têm a preparação exigida, especialmente para comandar as investigações; Intensificação do policiamento ostensivo e estímulo a organização de Conselhos de Segurança: Garibaldi vai criar parcerias com as comunidades e prefeituras para ajudar no combate ao crime; Reativação da Polícia do Turista: a Polícia do Turista vai voltar e câmeras de monitoramento serão instaladas nos pontos mais visitados do estado (Locutores do programa de Garibaldi, HGPE do dia 01 de setembro de 2006 – noite).

3) Recursos hídricos

Após apresentar os investimentos de recursos hídricos em seus governos anteriores, através da divulgação dos valores monetários investidos e de declarações de populares sobre os benefícios gerados pela implementação das adutoras, a apresentadora do programa de Garibaldi analisa:

A grande obra de Garibaldi não teve continuidade. Não seguiram o exemplo do próprio Garibaldi quando assumiu o governo depois de José Agripino. Naquela época, Garibaldi deu continuidade a todos os programas que estavam dando certo e que eram importantes para o nosso povo (Apresentadora do programa de Garibaldi, HGPE do dia 25 agosto de 2006 - noite).

Em seguida insere-se o seu *jingle* - “Volta Garibaldi” - e a análise do candidato que complementa as idéias da apresentadora:

É muito importante rever o trabalho que fizemos. É importante lembrar que graças à água, diminuimos a mortalidade infantil pela metade em nosso estado. Tivemos oportunidade de abrir novas escolas, a fruticultura irrigada se desenvolveu pelo interior, gerando empregos e melhorando a renda de milhares de pessoas. Lembrar dessas conquistas nos traz muita alegria. Mas temos que olhar pra frente e é isso que estamos fazendo. O que importa agora é construir um futuro melhor para a gente sofrida do nosso estado. Vamos retomar com força o que foi deixado de lado e vamos melhorar e aprofundar tudo o que fizemos de bom. Vamos levar água e desenvolvimento para todo o estado, principalmente para os pontos mais pobres (Garibaldi Alves Filho, HGPE do dia 25 agosto de 2006 - noite).

Após essa análise, passa à apresentação das suas propostas:

Construção da adutora Alto Oeste: uma obra que vai beneficiar 108 mil habitantes da região do Apodi, uma das mais pobres e secas do Estado; Conclusão da Adutora Lagoa do Boqueirão: Garibaldi vai concluir imediatamente essa obra; conclusão da Adutora Parelbas - Santana do Seridó: apenas 13 km de extensão. Mesmo pequena a obra não foi concluída; mas Garibaldi vai concluir. Modernização do sistema de fonte de Pureza: Esta obra também vai beneficiar milhares de

famílias. Construção das barragens Tabatinga, Macaíba e Várzea Nova: com estas obras, Garibaldi vai concluir o sistema de controle de enchentes da cidade de Macaíba. Construção da Barragem de Oiticica, em Jucurutu. Construção de açudes nas bacias dos rios Trairí, Jacu e Curimataú. Com a construção destes açudes, Garibaldi vai construir o abastecimento de água em várias regiões do estado (Locutor do Programa de Garibaldi, HGPE do dia 25 de agosto de 2006 – noite).

As propostas de Garibaldi, como observamos, aparecem acompanhadas por uma contextualização dos problemas, mostrando as ações específicas de como fazer para atuar nas carências da população. No entanto, tais contextualizações aparecem mais como uma forma de acusar a governadora de incompetente do que como forma para apresentar sua posição para a conquista da qualidade de vida das pessoas de forma geral, visto que não busca discutir as origens dos problemas apresentados, conferindo à Vilma a responsabilidade por todas as deficiências apontadas.

O programa de Vilma não apresenta um conteúdo programático sistematizado porquanto defende um governo que vem dando certo e, portanto, precisa ter continuidade. Suas prospecções estavam baseadas em um apelo ao voto retrospectivo, isto é, ao voto baseado na satisfação do eleitor em relação a sua administração. Isto justifica o tempo diminuto dedicado para apresentar suas propostas. Esse fato não possibilita conhecer claramente quais seus projetos a serem implantados. No entanto, ao deixar claro que não precisa vender os bens públicos para realizar obras, Vilma se aproxima do que seria sua posição ideológica, mais próxima da esquerda, por discordar do ideário neoliberal, que foi hegemônico na última década na sociedade brasileira e serviu de fundamento à política de privatização das empresas públicas nos diversos níveis de governo.

Apesar de também buscar o voto retrospectivo, os programas de Garibaldi apresentam de forma mais explícitos alguns pontos programáticos, pois suas propostas se aproximam do que seria um plano governamental. Contudo, essa característica não é entendida aqui como uma intenção de esclarecer ao eleitor as suas tendências governamentais para que este vote “bem informado”. Considerando-se que as preocupações em apresentar suas proposições ganham importância apenas no segundo mês de campanha, este conteúdo programático revela-se como mais uma estratégia de *marketing* frente à necessidade de defender um programa inovador, para reverter as tendências ao crescimento eleitoral de Vilma.

Referências Bibliográficas

ALBUQUERQUE Afonso e DIAS Márcia Ribeiro. *Propaganda Política e a Construção da Imagem Partidária no Brasil: Considerações Preliminares*, 2002. Civitas - Revista de Ciências Sociais, Vol. 2, No 2 (2002a).

_____. *Partidos Políticos em Campanha: notas para uma metodologia de análise da propaganda política na televisão*. In: XXVI Encontro Anual da ANPOCS, 2002b, Caxambu. XXVI Encontro Anual da ANPOCS, 2002b.

ALMEIDA, Jorge. *Marketing político, hegemonia e contra-hegemonia*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo e Xamã Editora, 2002.

ANDRADE, Ilza Leão. *Políticas e Poder: o discurso da participação*. São Paulo/Natal: Ed. Hominem/Coop. da UFRN, 1996.

DIAS, Márcia Ribeiro. *Projeção da Imagem Partidária nas Estratégias de Campanha na Televisão: Uma Análise do HGPE 2002*. DADOS. Revista de Ciências Sociais. Rio de Janeiro. Vol. 48, nº1, 2005, pp. 149-187.

EVANGELISTA, João Emanuel. *Os processos sociais da recepção do horário gratuito de propaganda eleitoral nas eleições para a prefeitura de natal em 2004*. Relatório de Pesquisa/CNPq. 2006.

_____. *Elementos para uma Crítica da Cultura Pós-Moderna*. Revista Novos Rumos, São Paulo: Novos Rumos, v. 34, p. 29-40, 2001.

FIGUEIRDO, Marcus F.; ALDÉ, Alessandra; DIAS, Heloísa e JORGE, Vladimyr. *Estratégias Eleitorais em Eleições Majoritárias: uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral*. In: FIGUEIREDO, Rubens (org). *Marketing político e persuasão eleitoral*. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 2000.

FIGUEIREDO, Marcus. *Marketing político e persuasão eleitoral*. In *Mídia, Opinião Pública e Eleições* – Aula mediada em 12/08/2002. DVD. PUCRS.

GERMANO, José Willington. *Lendo e Aprendendo: a campanha de pé no chão*. 2ª ed. São Paulo: Autores Associados: Cortez, 1989.

LACERDA, Alan e OLIVEIRA, Bruno Cesário. *Patronagem e formação de coalizões: o caso da Unidade Popular no RN*. Revista Cronos. V.6, n.1, p.273-287, 2006.

LOURENÇO, Luiz Cláudio. *HGPE E intenção de voto: observações sobre as eleições de 1998 ao governo de São Paulo e à Presidência da República*. Paper apresentado no XI Congresso dos Sociólogos do Estado de São Paulo.2001. PUC - SP

MANIN, Bernard. *As Metamorfoses do Governo Representativo*. Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, nº 29, outubro de 1995.

MEDITSCH, Eduardo. *A desinformação política na campanha eleitoral de 2002: programa de governo de Lula na propaganda e no jornalismo eletrônicos*. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom - Umesp, a. 26, n. 43, p. 29-45, 1o. sem. 2005.

MIGUEL, Luís Felipe. *Discursos cruzados: telenoticiários, HGPE e a construção da agenda eleitoral*. Sociologias, Porto Alegre, ano 6, nº 11, jan/jun 2004, p. 238-258.

MIGUEL, L. F. "Os meios comunicação e a prática política" in Lua Nova, n. 55-56, 2002, p. 155-184.

PORTO, Mauro Pereira. *Televisão e Eleições Presidenciais 2002: notas sobre as relações entre o Horário Eleitoral e a cobertura do Jornal Nacional*. Trabalho apresentado ao III Encontro (Inter) Nacional de Estudos de Comunicação e Política, Salvador/BA, dezembro de 2002.

RUBIM, A.A.C.; AZEVEDO. *Mídia e política no Brasil: estudos e perspectivas*. IV Congresso Latinoamericano de ciencias de la comunicaci3n. 1998. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/rubim-albino-midia-politica-brasil.html>

RUBIM, A. A. C; COLLING, L. 2004. *Mídia e eleições presidenciais no Brasil pós-ditadura*. *Comunicação e Política*, Rio de Janeiro, 2004. v. 22, n. 3, p. 169-189.

RUBIM, Espetacularização e Mídiatização da Política. In: RUBIM, A. & AZEVEDO, F. (org.) *Comunicação Política: Conceitos e Abordagens*. Salvador: Edufba, 2004. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rubim-antonio-espetaculo-politica.pdf>

_____ *et all. Mídia e eleições de 2002 na Bahia: estratégias no horário eleitoral*. Comunicação e política, Rio de Janeiro, 2004: n.s., v.XI, n.1, p.106-134.

SPINELLI, José Antônio. *Oligarquias e legitimidade democrática: a experiência potiguar de redemocratização (1985-2006)*. Observanordeste. 2006. Disponível em www.fundaj.gov.br/geral/observanordeste/spinelli.pdf. Acessado em 12 de outubro de 2007

THOMPSON, John B. A transformação da visibilidade. In: *A mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia*. 2º ed. Petrópolis, Vozes, 1998

Página pessoal do Senador Garibaldi Alves Filho: <http://www.senado.gov.br/web/senador/Garibaldi/dadosPessoais.asp>. Acessado em 17/10/2007

Blog do Diógenes Dantas. *Entrevista com Garibaldi Alves Filho*. Disponível em <http://www.blogdodiogenes.com.br/entrevistas/6/>. Acessado em 19/10/07.