

## Amapá (2022): Frente Ampla e Antipolítica Em Eleições Marcadas Pela Polarização Partidária<sup>1</sup>

## Amapá (2022): The Election's Anti Political Broad Front Rooted From The Polarization Of Parties

Renata Albuquerque<sup>2</sup> | Lucas Brito<sup>3</sup>

**Resumo:** Este trabalho apresenta os resultados de uma pesquisa de Iniciação Científica realizada no contexto de um projeto de abrangência nacional conduzido pelo Grupo de Pesquisa Comunicação Eleitoral (CEL), ligado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM/UFPR). A partir do uso de uma metodologia própria (PANKE e CERVI, 2011) que combina abordagens quantitativas e qualitativas, analisamos os programas do HGPE dos dois candidatos com mais votos a governador do estado do Amapá, nas eleições de 2022. O artigo retoma a trajetória dos candidatos e descreve as abordagens utilizadas nos principais temas da campanha. Por fim, relacionamos as duas campanhas ao conceito de anti-política.

**Palavras-Chave:** Eleições 2022 1. HGPE 2. Amapá 3.

**Abstract:** This work presents the results of a Scientific Initiation research carried out in the context of a nationwide project conducted by the Electoral Communication Research Group (CEL), at the Postgraduate Program in Communication of the Federal University of Paraná (PPGCOM/UFPR). Based on the use of CEL's methodology (PANKE and CERVI, 2011) that combines quantitative and qualitative elements, we analyze the HGPE programs of the two candidates with the most votes for governor of the state of Amapá, in the 2022 elections. The article revisits the trajectory of the candidates and describes the approach used in the main themes of the campaign. Finally, we explore the connection between the two campaigns and the concept of anti-politics.

**Keywords:** Elections 2022 1. HGPE 2. Amapá 3.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado à sessão de Iniciação Científica da 10ª Edição do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (10ª COMPOLÍTICA), realizado na Universidade Federal do Ceará (UFC), 09 a 10 de maio de 2023.

<sup>2</sup> Doutora em antropologia social pela UnB e professora na Faculdade Cásper Líbero. Email: re.a.moraes@gmail.com

<sup>3</sup> Graduando em jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero. Email: lucasbrito.18@outlook.com

## 1 INTRODUÇÃO

As eleições nacionais de 2022 foram marcadas por uma disputa presidencial de expressiva polarização partidária, organizada ao redor das candidaturas de Jair Bolsonaro, pelo Partido Liberal (PL), e de Luiz Inácio Lula da Silva, pelo Partido dos Trabalhadores (PT). Diante desse cenário, as eleições estaduais no Amapá são caracterizadas, neste capítulo, a partir de dois fenômenos políticos de diferentes naturezas: por um lado, a consolidação de uma frente ampla que dissolvia, em nível regional, a polarização partidária que se apresentava em nível nacional; por outro, a projeção de narrativas antipolíticas (BAQUERO; VASCONCELOS, 2013) que enalteciam as competências de gestão do candidato e rechaçam figuras interpretadas como representação da “velha política”.

De acordo com os dados disponibilizados no relatório produzido pelo Tribunal Regional Eleitoral do Amapá (TRE/AP)<sup>4</sup>, 442.101 eleitores compareceram às urnas no primeiro turno para votar para presidente, senador, governador, deputado federal e deputado estadual. O número de votantes representa um 80,48% do eleitorado do estado, revelando uma taxa de abstenção bastante próxima à média nacional (de 20%) e um pouco superior aos 16,69% referentes à abstenção na eleição anterior para o governo do estado, realizada em 2018<sup>5</sup>. Os números, de certa forma, indicam a normalidade no pleito e justificam os esforços de compreensão das estratégias de comunicação política que levaram o eleitorado às urnas naquele outubro (principalmente quando consideramos que a eleição estadual se resolveu em primeiro turno). O objetivo deste estudo se estabelece a partir dessa consideração: aqui, iremos descrever e analisar os conteúdos veiculados, durante o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), pelas principais candidaturas que concorreram à eleição para o governo do estado do Amapá.

Conforme a metodologia acordada entre o Grupo de Pesquisa Comunicação Eleitoral (CEL/UFPR) (PANKE; CERVI, 2011), a coleta de dados para esta pesquisa se deu através do acompanhamento das redes sociais das candidaturas estudadas,

<sup>4</sup> <https://www.tre-ap.jus.br/eleicoes/eleicoes-2022/resultados-eleicoes-2022-amapa>

<sup>5</sup> <https://www.tre-ap.jus.br/eleicoes/eleicoes-2018/resultados-1o-turno-amapa>

que geralmente disponibilizam todo o conteúdo veiculado durante o HGPE em suas contas no YouTube. Ao todo, a disputa no Amapá contou com cinco candidatos ao governo do estado: Clécio Luís, do Partido Solidariedade (SD), pela coligação "Amapá Para Todos"; Jaime Nunes, do Partido Social Democrático (PSD), pela coligação "Pra Mudar De Verdade"; Gesiel de Oliveira, do Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB); Gianfranco Gusmão de Azevedo, do Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado (PSTU); e Gilvam Pinheiro Borges, do Movimento Democrático Brasileiro (MDB), pela coligação "Eficiência e Trabalho"<sup>6</sup>.

A divisão de tempo para a propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão é de competência do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), através da Lei das Eleições (Lei nº 9504/1977) e da Resolução do TSE nº 23.610/2019, e estabelece o tempo de propaganda de cada coligação proporcionalmente à representação dos partidos na Câmara dos Deputados. Em 2022, o período de inserção do HGPE foi de 26/08/22 a 29/09/22. Durante esse período, a campanha do candidato eleito em primeiro turno, Clécio Luís (SD), disponibilizou 14 programas de 6 minutos e 32 segundos. Já a campanha do candidato que terminou a corrida eleitoral em segundo lugar, Jaime Nunes (PSD), disponibilizou 11 programas de 1 minuto e 52 segundos. Ainda que metodologia utilizada nesta pesquisa preveja a análise dos três candidatos mais votados no primeiro turno das eleições, no caso do Amapá apenas duas candidaturas tiveram seus conteúdos analisados, já que o terceiro colocado nas eleições para o governo do Amapá em 2022, Gesiel de Oliveira, do Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB), não obteve direito a tempo de propaganda no rádio e na televisão por não alcançar o requisito do art. 17, inciso 3, da Constituição Federal.

Desse modo, o corpus desta pesquisa é constituído pelos programas eleitorais veiculados durante o HGPE 2022 e publicados no canal de Clécio<sup>7</sup>, no YouTube, e na página do Facebook de Jaime<sup>8</sup>. De forma a garantir acesso ao

<sup>6</sup> Conforme a lista divulgada pelo TSE, a candidatura de Jairo Palheta da Silva Marques, pelo Partido da Causa Operária (PCO), foi indeferida.

<<https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/estados/2022/2040602022/AP/candidatos>>

<sup>7</sup> <<https://www.youtube.com/@clecioluis1361/featured>>

<sup>8</sup> <<https://pt-br.facebook.com/jaimenunesoficial/>>

material analisado neste capítulo, todos os programas estudados foram salvos e disponibilizados no Canal Panke<sup>9</sup>, um canal no YouTube supervisionado pela professora Luciana Panke e administrado por membros do Grupo de Pesquisa Comunicação Eleitoral, que ela lidera. Considerando o reconhecido compromisso e interesse do Grupo de Pesquisa de manter o referido repositório no ar, optou-se por utilizar, sempre que necessário, links que nos direcionam diretamente para os programas salvos nas listas de reprodução do Canal Panke no YouTube.

Os programas foram coletados semanalmente durante o período eleitoral, entre 26/08/22 a 29/09/22. Tal como os procedimentos de coleta de dados, a análise do conteúdo também foi realizada a partir da metodologia do CEL (PANKE; CERVI, 2011). Os 25 programas analisados (14 de Clécio e 11 de Jaime) foram degravados em um intervalo que variou entre 2 segundos e 1 minuto e 53 segundos. O exercício envolveu a descrição da imagem e som e a transcrição do áudio de cada uma das 270 unidades de análise criadas. As unidades, em seguida, foram classificadas de acordo com as 16 categorias construídas pelo CEL. São elas: Administração Pública; Candidato(a); Cidade/Estado/País; Desqualificação; Lideranças; Conjuntura; Educação; Saúde; Segurança; Economia; Infraestrutura; Meio Ambiente e Sustentabilidade; Político-sociais; Pautas Identitárias; Religião; e Corrupção.

## 2 “PELO AMAPÁ INTEIRO”: A CAMPANHA VITORIOSA DE CLÉCIO LUÍS

Com 53,69% dos votos válidos, Clécio Luís Vilhena Vieira (SD) foi eleito em 2022, em primeiro turno, o 9º governador do estado do Amapá<sup>10</sup>. Atualmente aos 50 anos, o ex-prefeito da capital Macapá havia deixado a prefeitura em dezembro de 2020 para iniciar uma peregrinação por todo o estado a fim de reunir apoio a sua

<sup>9</sup> <<https://www.youtube.com/@CanalPanke/featured>>

<sup>10</sup> O Amapá passa a existir enquanto estado federado a partir da Constituição de 1988, tendo seu primeiro governador estadual eleito em 1990. Antes disso, e desde sua independência do Pará em 1943, o Amapá era considerado um território federal (sob administração da União). Naquele período, o território federal contou com 13 governadores.

candidatura como governador. Assim como durante a campanha - como veremos abaixo -, Clécio fez de sua carreira um esforço rumo ao centro do espectro político.

Professor de geografia da rede pública e formado pela Universidade Federal do Amapá, Clécio foi Secretário de Educação do governo de João Capiberibe (PSB) em 1998. Entre 1989 e 2005, foi filiado ao Partido dos Trabalhadores (PT), sendo eleito pela primeira vez como vereador de Macapá, em 2004. No ano seguinte, deixou o partido para se filiar ao Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), e foi reeleito em 2008. De lá, com o apoio da então ex-ministra Marina Silva (Rede - SP) e da então presidente Dilma Rousseff, Clécio ganhou a eleição para a prefeitura, com pouco mais de 110 mil votos, contra Roberto Góes (PDT - AP), e se tornou o primeiro candidato da sigla a se tornar chefe do executivo municipal.

Em suas propostas, Clécio prometia melhoria nos serviços e infraestrutura pública. Em 2015, migrou para o Partido Rede Sustentabilidade, onde foi reeleito para a prefeitura, em segundo turno, contra o ex-senador Gilvam Borges (MDB - AP). Clécio permaneceu no partido até 2020, quando entrou em discordância com os seus correligionários sobre o sucessor à prefeitura de Macapá. Clécio apoiava o então candidato Josiel Alcolumbre, irmão do senador Davi Alcolumbre (União -AP), com quem fez uma 'dobradinha' na corrida eleitoral de 2022. Em março de 2022, Clécio se filiou ao Partido Solidariedade (SD), e sob a coligação "Amapá para Todos", venceu as eleições em primeiro turno para governador do estado, com 222.168 votos.

Entre apoios formais e informais, a coligação "Amapá para Todos" contou com o apoio dos partidos: União Brasil, Partido Liberal (PL), Federação Partido dos Trabalhadores (PT)/Partido Comunista do Brasil (PCdoB)/ Partido Verde (PV), Partido Democrático Trabalhista (PDT), Republicanos (Rep), Partido Progressistas (PP), Avante e a Federação Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) e Cidadania. A campanha de Clécio apostou na centralidade do discurso de unidade política e territorial no Amapá, a despeito de um contexto político nacional altamente polarizado e de uma candidatura centrada na experiência da capital, Macapá. Apesar do cenário de polarização das eleições presidenciais de 2022, em que

candidatos ao governo do estado tinham como padrinho político os presidentiáveis Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Jair Messias Bolsonaro (PL) para conseguir mobilizar suas bases eleitorais, Clécio conseguiu unir em sua coligação ambos os partidos, deixando de fora o discurso antagônico de “nós contra eles”, para apostar na retórica de pacificação local.

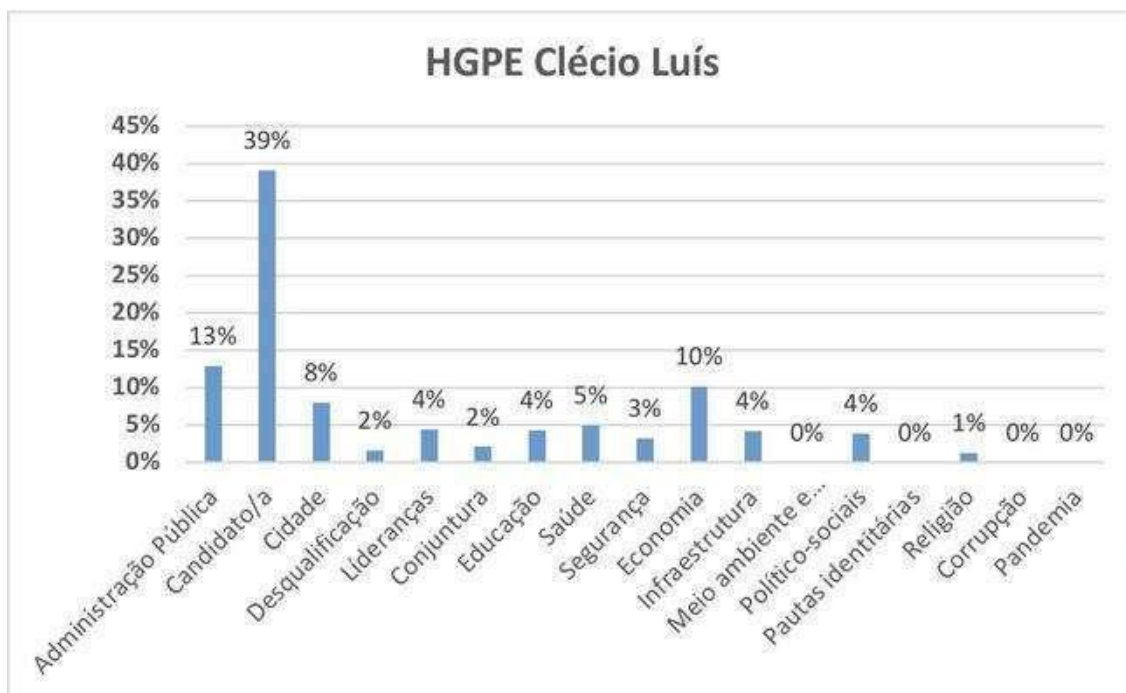
Foram perenes, durante a campanha, as referências a “nós” e os esforços de dialogar com “todos”. Mesmo contando com os partidos de três candidatos à Presidência da República em sua coligação (o PDT, de Ciro Gomes; o PT, de Lula; e o PL, de Jair Bolsonaro), em nenhum momento Clécio faz referência ou pede votos a qualquer um deles. Além de unir partidos divergentes em âmbito nacional, Clécio fez o mesmo a nível local, ao unir o então governador Waldez Góes (PDT - AP) e o ex-governador João Capiberibe (PSB - AP), em seu *hall* de apoio. Góes e Capiberibe são antigos conhecidos da política local e já se enfrentaram diretamente, ou através de apadrinhados políticos, diversas vezes para o executivo municipal e estadual.

Prefeito de Macapá entre 2013 e 2020, Clécio transformou seus projetos enquanto chefe do executivo municipal em uma espécie de credencial que o gabaritava para ser chefe do executivo estadual. Não faltaram, durante a campanha, promessas de extensão a todo estado dessas iniciativas consideradas exitosas. Além do esforço em se mostrar um gestor competente, Clécio pretendia se construir como um hábil conhecedor de todo o estado, a fim de romper a dicotomia entre "capital - interiores".

No geral, as categorias que mais apareceram na propaganda eleitoral de Clécio foram: Candidato(a), Administração Pública e Economia, com, respectivamente, 39%, 13% e 10% do tempo de campanha dedicado a esses temas. Destacamos as principais propostas feitas pela candidatura de Clécio Luís, nas categorias analisadas deste trabalho:

#### GRÁFICO 1 – TEMAS EXPLORADOS PELOS PROGRAMAS ELEITORAIS DE CLÉCIO LUÍS





FONTE: OS AUTORES (2023).

- 1. Administração Pública:** A Administração Pública foi a segunda categoria mais utilizada por Clécio durante a exibição do HGPE. Através dela, o candidato pôde contar sobre suas iniciativas à frente do executivo municipal, entre 2013 e 2020, em uma espécie de prestação de contas sobre o mandato, principalmente na área da saúde durante a pandemia. Nesta categoria, também estão contemplados as propostas voltadas à administração da máquina pública. Clécio enfatizou o estado de calamidade do estado e a necessidade de políticas emergenciais para atender essa fatia da população. O candidato a vice-governador de sua chapa, o economista Teles Jr. (PDT-AP), também usou o espaço para tratar de previsibilidade e responsabilidade fiscal.
- 2. Candidato (a):** Apesar de já ser um político conhecido no estado, Clécio ainda gastou a maior parte de seu tempo de propaganda eleitoral falando sobre si. Clécio se constrói como líder experiente,

com capacidade de diálogo e articulação, mesmo entre os divergentes. O ex-prefeito repete algumas vezes sobre suas viagens pelo estado, desde que deixou o cargo no executivo municipal, a fim de se mostrar conhecedor das deficiências e belezas de todo estado. Os elogios ao candidato são contados tanto por ele quanto por moradores que aparecem no HGPE. As qualidades pretendidas por Clécio parecem ser sintetizadas em um dos programas: "Locutora: "Clécio sabe dialogar, sabe ouvir e sabe construir soluções concretas. O Clécio sabe mudar as coisas, é gestor público, é ficha limpa e um cara que todo mundo gosta."

3. **Cidade/Estado/País:** Sem destaque.
4. **Desqualificação:** Clécio dedicou apenas 2% de seu tempo de campanha para atacar seus rivais. A crítica parece mais ser uma resposta a Jaime, que terminou a corrida eleitoral em segundo lugar, que gastou parte considerável da campanha às desqualificações. Clécio, sem citar qualquer nome, acusa os rivais de *fake news* e pede que o debate se construa em cima de ideias e não ataques.
5. **Lideranças:** Com uma chapa que unia desde o PL, de Bolsonaro, até o PT, de Lula, a campanha dedicou 4% do tempo do HGPE a citação ou a participação de apoiadores. Diversos prefeitos apareceram nos programas para declarar apoio e pedir voto a Clécio. Outro destaque entre as lideranças, foi o apoio do senador Davi Alcolumbre (União-AP), que renovou seu mandato em 2022. Em um projeto para construção de um hospital público, Alcolumbre aparece como fiador do projeto de Clécio, ao conseguir o dinheiro para a proposta.
6. **Conjuntura:** Sem destaque.
7. **Educação:** Formado como professor de geografia, Clécio promete a valorização dos profissionais da educação, lastreada no aumento de recursos advindos do Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica (FUNDEB), melhoria na infraestrutura escolar e

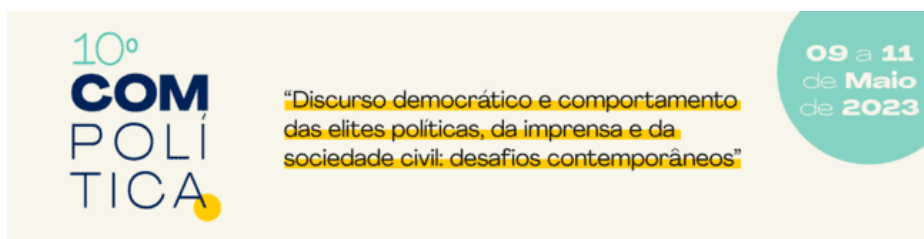


adequação do currículo às necessidades atuais. Além da ampliação das escolas militares de gestão compartilhada.

8. **Saúde:** Sem destaque.
9. **Segurança:** Clécio dedicou 3% do tempo de propaganda às propostas ligadas à segurança do estado. O candidato, que também foi policial, definiu a prioridade nessa área em quatro eixos: Valorização dos profissionais, integração das polícias, investimento em infraestrutura e modernização dos serviços. Além da promessa de implantação de mais uma unidade da Rotam, do BOPE.
10. **Economia:** Esta foi a terceira categoria mais mobilizada por Clécio durante sua campanha. Em especial, o candidato faz acenos a três áreas: a pesca, a mineração e ao agronegócio. Clécio coloca sob responsabilidade do Estado a geração de emprego e renda ao anunciar o incentivo a indústrias, instituição de distritos pesqueiros e de mineração e a retomada de obras em áreas estratégicas. Além de enxergar o turismo Amazônico como capaz de gerar receitas ao estado.
11. **Infraestrutura:** Para dar conta do desenvolvimento econômico do estado, Clécio coloca como essencial o investimento em infraestrutura, principalmente na malha viária. As estradas serviriam para dar vazão e capacidade de escoamento à produção do estado. A ação é ligada até mesmo à sustentabilidade ambiental das produções.
12. **Meio Ambiente e Sustentabilidade:** Sem destaque.
13. **Político Sociais:** Sem destaque.
14. **Religião:** No programa que inaugurou seu horário no HGPE, Clécio faz um aceno aos religiosos já no primeiro minuto de duração. Ele pede a Deus que abençoe a campanha e o povo do Amapá.
15. **Corrupção:** Sem destaque.

#### 4 “PRA MUDAR DE VERDADE”: ANTIPOLÍTICA NO CONTEXTO ELEITORAL

Com 43,58% dos votos válidos, Jaime Domingues Nunes (PSD) terminou em segundo lugar na corrida eleitoral para governador do estado do Amapá, em 2022. Apesar dos constantes ataques do candidato ao governo de situação durante a campanha, entre 2019 e 2022, Jaime foi vice-governador do estado, na chapa de Waldez Góes (PDT - AP). Em entrevistas, Jaime afirma ter se afastado do pedetista por falta de espaço no governo. A primeira aparição política de Jaime aconteceu em 2010, como candidato a vice-governador, na chapa do atual senador Lucas Barreto (PSD-AP). À época, Jaime era filiado ao Partido Democracia Cristã (DC). Em 2013, deixou o partido para se filiar ao Partido Republicano da Ordem Social (PROS). Nunes permaneceu no PROS até abril de 2022, quando se filiou ao Partido Social Democrático (PSD) para concorrer ao Palácio do Setentrião. No entanto, foi através da sua atuação como empresário que Jaime se tornou uma figura destacada no estado. Na década de 1980, fundou a loja de eletrodomésticos e produtos para residência “Domestilar”, que, em 2018, contava com 11 lojas e mais de 1.000 colaboradores espalhados pelo Amapá. Além das lojas, Jaime também investiu em uma distribuidora e atacadista de alimentos, a Nutriama; um atacarejo de alimentos, a Nortlog; e uma emissora de televisão, a TV Equinócio, afiliada da TV Record. Bacharel em direito pelo Centro de Ensino Superior do Amapá (CEAP), e especialista em administração, Jaime também atuou como presidente de diversas associações e organizações de empreendedores. São elas: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL Macapá e Santana), Conselho dos Consumidores da Companhia de Eletricidade do Amapá (CONCEA), Sindicato de Móveis e Eletrodomésticos do Estado do Amapá (SINDMÓVEIS), Associação Comercial e Industrial do Amapá (ACIA), Vice-Presidente da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Amapá (FECOMÉRCIO).

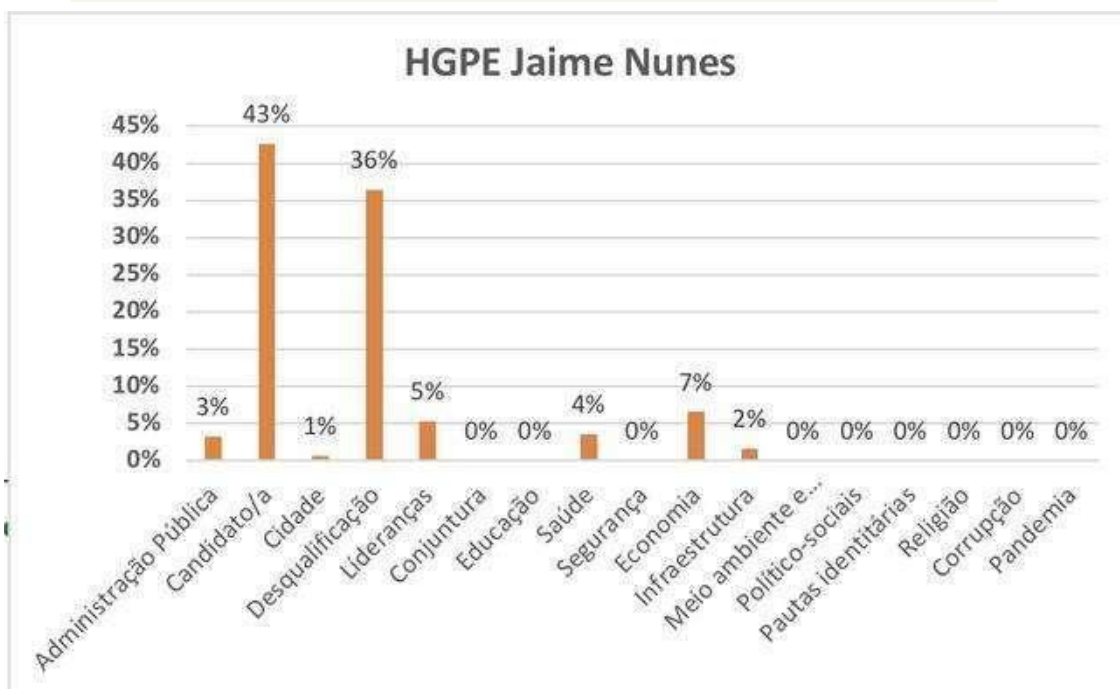


A campanha de Jaime apostou na insatisfação da população contra a “velha política” e os políticos tradicionais. Contra Clécio, que ensejava uma frente ampla mesmo sem dizer propriamente, Jaime buscou construir sua imagem pública como um gestor experiente, com uma trajetória de sucesso na área dos negócios, que seria capaz de “destravar o Amapá” para retomar os investimentos do setor privado no estado e, conseqüentemente, gerar emprego e renda para a população. Não faltaram, durante a campanha, desqualificações e ataques ao então governo do Amapá pela falta de sensibilidade com os cidadãos, principalmente em obras e serviços ligados à saúde pública. As investidas também tiveram como alvo os apoiadores da campanha de Clécio, como o senador Davi Alcolumbre (União -AP), os quais Jaime acusou de estarem do lado oposto aos verdadeiros desejos do povo.

Entre os partidos que apoiaram Jaime, configuraram-se: o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), o Partido Patriota, o Partido Social Cristão (PSC), o Partido Republicano da Ordem Social (PROS) e o Partido Agir. Essa composição, aliada a médica Liliane Albuquerque (PSD - AP) como candidata a vice-governadora da chapa, Jaime Nunes conquistou 176.208 votos válidos nas eleições para governo do estado de 2022.

No geral, as categorias que mais apareceram na propaganda eleitoral de Jaime foram: Candidato (a), Desqualificação e Economia, com, respectivamente, 43%, 36% e 7% do tempo de campanha dedicado a esses temas. Destacamos as principais propostas feitas pela candidatura de Jaime Nunes, nas categorias analisadas deste trabalho:

#### GRÁFICO 2 – TEMAS EXPLORADOS PELOS PROGRAMAS ELEITORAIS DE JAIME NUNES



FONTE: OS AUTORES (2023).

- 1. Administração Pública:** Jaime dedicou 3% do tempo do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) para falar sobre sua futura relação com os municípios do estado, em especial, com o Prefeito de Macapá, Dr. Furlan (Cidadania - AP), que o apoiou durante a corrida eleitoral. Também foram incorporadas nesta categoria propostas imprecisas para o estado, que mais diziam respeito ao trato com a máquina pública.
- 2. Candidato (a):** Esta foi a categoria mais utilizada por Jaime durante o HGPE, 43% de todo o tempo de campanha. Foi através desta categoria que Jaime pôde se construir como um candidato “novo”, com experiência como gestor, diametralmente oposto às demais candidaturas, e que carregava a indignação e a vontade de mudança de parte da população cansada com os já estabelecidos políticos. Além dos auto elogios, as congratulações também vieram dos

moradores que apareceram nos programas. Em um dos programas, ele evoca o sentimento de cansaço com políticos para se aproximar do eleitor: "(..)Eu escolhi sair da minha trajetória no setor privado, sair da minha paz, porque, igual a você, eu não aguento mais. Nós precisamos mudar!Eu sei como destravar esse estado e promover as oportunidades que a nossa gente tanto quer(...)"

3. **Cidade/Estado/País:** Sem destaque.
4. **Desqualificação:** Esta foi a segunda categoria que Jaime mais dedicou tempo durante a corrida eleitoral, 36% do total. Através dela, Jaime pôde atacar seu principal adversário e sua ampla coligação. Por ter ex-governadores na chapa de Clécio, Jaime quis ligar o rival às más condições do estado, em especial, a gestão na área da saúde. O candidato fez o segundo programa do HGPE dentro de um hospital público. Jaime se coloca como antagonista a essa frente ampla ao dizer que "De um lado tem eles, que representam a continuidade de uma gestão que fracassou. E, há décadas, o povo do Amapá sofre com o caos na saúde, o desemprego e a fome."
5. **Lideranças:** A campanha de Jaime dedicou 5% do tempo de propaganda com menções positivas, ou participações diretas, ao Prefeito de Macapá, Dr. Furlan (Cidadania -AP). Através de Furlan, pôde-se estabelecer uma comparação mais precisa com o trabalho de Clécio à frente da prefeitura.
6. **Conjuntura:** Sem destaque.
7. **Educação:** Sem destaque.
8. **Saúde:** Apesar da predominância da saúde durante as investidas de Jaime contra o então governo, apenas 4% do tempo de HGPE foi utilizado para anunciar os planos nessa área. Os projetos para a saúde foram ditos em apenas um dos programas do HGPE, intercaladamente entre Jaime e sua candidata a vice-governadora, Liliane Albuquerque. A promessa foi de intervenção imediata no Hospital de Emergência do

estado, cenário de um dos programas do HGPE, além da criação de uma estrutura emergencial para atender a população.

**9. Segurança:** Sem destaque.

**10. Economia:** Esta foi a terceira categoria mais referida pela campanha de Jaime Nunes (PSD-AP), 7% de todo o tempo de campanha. Jaime destacou o ambiente hostil para as empresas em que o estado se encontra e a necessidade de "destravar o estado" para atrair novos investimentos e gerar emprego e renda.

**11. Infraestrutura:** Jaime dedicou 2% do tempo de propaganda em rádios e televisões para falar sobre as obras de infraestrutura que faria caso fosse eleito governador do estado. Os planos dinamizaram a economia local e a qualidade de vida dos moradores. As propostas também serviram para pontuar diferenças entre Jaime e seus rivais políticos, já que muitas das obras já haviam sido prometidas e nunca cumpridas.

**12. Meio Ambiente e Sustentabilidade:** Sem destaque.

**13. Político Sociais:** Sem destaque.

**14. Religião:** Sem destaque.

**15. Corrupção:** Sem destaque.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conceito de "antipolítica", tal como definido por Baquero e Vasconcelos (2013), surge a partir de uma indagação a respeito da dificuldade de os partidos políticos brasileiros se estabelecerem como interlocutores legítimos para o eleitorado. De acordo com os autores, existe no Brasil uma "cultura política híbrida" que revela uma mistura entre resignação e hostilidade em relação aos partidos, anunciando "predisposições e comportamentos de negação da política e um sentimento antipartidos" (BAQUERO; VASCONCELOS, 2013).

A partir dos dados coletados e analisados nesta pesquisa, verificamos que as estratégias de construção das principais candidaturas ao governo do Amapá em



2022 esbarram na questão da antipolítica a partir de dois ângulos distintos: no primeiro caso, em referência à candidatura de Clécio, ao fortalecer uma frente ampla que diminui a importância da polarização política nacional e muda o eixo da discussão pública organizada ao redor das figuras de Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva. No segundo caso, e de forma mais evidente, a candidatura de Jaime se aproxima da narrativa antipolítica ao apostar na construção da imagem pública de gestor e investir em estratégias que diferenciavam o candidato “dos políticos”.

FIGURA 1: FRAME DO PRIMEIRO PROGRAMA ELEITORAL DE CLÉCIO LUÍS



Fonte: [https://www.youtube.com/watch?v=EJrw-QI-bzs&list=PLTFICznn6CeHrt9IC\\_Ej1EuCLpTnPONjy&index=12&t=288s](https://www.youtube.com/watch?v=EJrw-QI-bzs&list=PLTFICznn6CeHrt9IC_Ej1EuCLpTnPONjy&index=12&t=288s)

Na campanha de Clécio observamos desde o primeiro programa eleitoral, veiculado em 26 de agosto de 2022<sup>11</sup>, que o candidato, amparado pela abrangência de sua coalizão, desvia do problema da polarização política e anuncia: seu lado é o do povo e ele irá governar “pelo Amapá inteiro”, como anuncia o seu *jingle* de campanha. A locução, que segue o trecho acima, reforça a perspectiva enfatizada aqui: “Clécio conhece o estado inteiro. Conhece os problemas, as soluções e nunca deixou de ter um lado: o lado do povo”. Algumas semanas depois, em um programa

<sup>11</sup><[https://www.youtube.com/watch?v=EJrw-QI-bzs&list=PLTFICznn6CeHrt9IC\\_Ej1EuCLpTnPONjy&index=12](https://www.youtube.com/watch?v=EJrw-QI-bzs&list=PLTFICznn6CeHrt9IC_Ej1EuCLpTnPONjy&index=12)>

veiculado em 9 de setembro, é novamente uma voz over que anuncia: Clécio é um cara que todo mundo gosta<sup>12</sup>.

FIGURA 1: FRAME DO PRIMEIRO PROGRAMA ELEITORAL DE JAIME NUNES

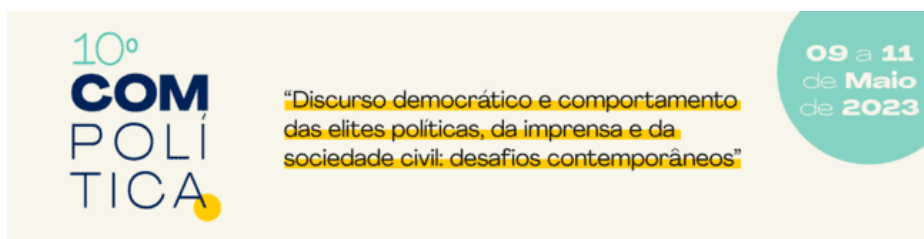


Fonte: [https://www.youtube.com/watch?v=pkSVemB-h10&list=PLTFICznn6CeHrt9IC\\_Ej1EuCLpTnPONjy&index=1](https://www.youtube.com/watch?v=pkSVemB-h10&list=PLTFICznn6CeHrt9IC_Ej1EuCLpTnPONjy&index=1)

A narrativa antipolítica, conforme mencionado, é mais evidente no caso de Jaime. Em seu primeiro programa, que também vai ao ar em 26 de agosto. Ali, ele caminha em direção ao espectador e, revelando a estrutura de filmagem que não permite que se esqueça que essa é a estrutura típica da comunicação eleitoral, anuncia:

A maioria dos programas políticos começa assim: o candidato lê um texto, escrito por um marqueteiro. Geralmente fala manso, fala sorrindo, contando alguma história bonita. Mas eu não sou um político profissional, eu sou um administrador e eu trabalho com a verdade. E, por essa realidade, decidimos fazer um programa assim, real, no meio do povo.

<sup>12</sup><[https://www.youtube.com/watch?v=UFb-8vsypzQ&list=PLTFICznn6CeHrt9IC\\_Ej1EuCLpTnPONjy&index=18](https://www.youtube.com/watch?v=UFb-8vsypzQ&list=PLTFICznn6CeHrt9IC_Ej1EuCLpTnPONjy&index=18)>



Já em seu terceiro programa, veiculado no dia 31 de agosto de 2022<sup>13</sup>, Jaime explora o sentimento de cansaço e indignação da população com a falta de serviços públicos de qualidade. Ao mesmo tempo em que ataca a coalizão de Clécio, o candidato se coloca ao lado do povo, em oposição aos “políticos tradicionais”:

E, do outro lado, estão os políticos profissionais, a velha política. Eles querem continuar tudo que está aí: a fome, o desemprego, a falta de atendimento médico, a corrupção. Então, agora, você tem duas opções: votar comigo para mudar, ou com o Clécio para continuar tudo que está aí.

A vitória de Clécio no primeiro turno sugere a eficiência da estratégia de campanha da “frente ampla” em detrimento do reforço da narrativa antipolítica. Entretanto, observando os dados coletados durante a pesquisa, é possível concluir que há uma estratégia comum, operacionalizada de forma diferente pelas duas candidaturas principais no estado, de distanciamento em relação à polarização partidária que se apresenta de forma marcada no contexto da disputa presidencial.

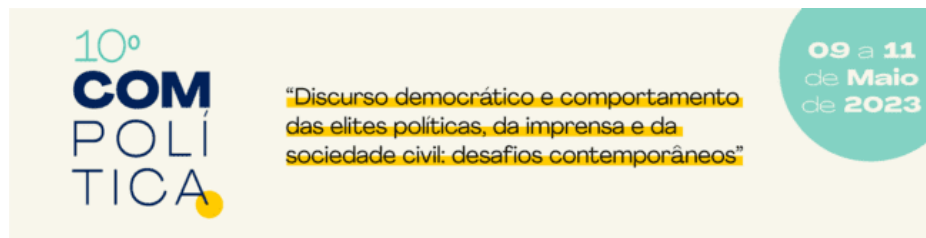
## 5 REFERÊNCIAS

BAQUERO, M.; VASCONCELO, C., Crise de representação política, o surgimento da antipolítica e os movimentos antipartidarismo no Brasil, Anais do V Congresso COMPOLÍTICA, 2013. Disponível em: <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2013/05/GT06-Cultura-politica-comportamento-e-opiniao-publica-MarcelloBaquero.pdf>

PANKE, L.; CERVI, E. Análise da comunicação eleitoral – uma proposta metodológica para os estudos do HGPE. Contemporânea. v.9 n. 3, p. 390-404, 2011. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/5533/4264>

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO AMAPÁ. Resultado da Totalização (2022), 2022. Disponível em: <https://www.tre-ap.jus.br/eleicoes/eleicoes-2022/resultados-eleicoes-2022-amapa>

<sup>13</sup><[https://www.youtube.com/watch?v=DF054cTpB6g&list=PLTFICznn6CeHrt9IC\\_Ej1EuCLpTnPONjy&index=3](https://www.youtube.com/watch?v=DF054cTpB6g&list=PLTFICznn6CeHrt9IC_Ej1EuCLpTnPONjy&index=3)>



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO AMAPÁ. Resultado da Totalização (2018), 2018. Disponível em:

<https://www.tre-ap.jus.br/eleicoes/eleicoes-2018/resultados-1o-turno-amapa>

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Divulgação de candidaturas e contas eleitorais, 2022. Disponível em:

[divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/estados/2022/2040602022/AP/candidatos](https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/estados/2022/2040602022/AP/candidatos)