

“SE N. SRA. APARECIDA É A PADROEIRA DO BRASIL E É NEGRA,
POR QUE NÓS NÃO PODEREMOS ELEGER O DR. ALBUÍNO?”: DA
CAMPANHA ELEITORAL PARA O GOVERNO DO ESTADO DO
ESPÍRITO SANTO (1989-1991)

Filipe Savelli Pereira^{*}
João Paulo Dos Santos De Souza^{**}

Considerações Iniciais

A jornalista brasileira Glória Maria, reconhecida nacionalmente por sua carreira de repórter e apresentadora televisiva por quatro décadas, concedeu uma entrevista em março de 2022 no tradicional programa Roda Viva, da TV Cultura. Uma pergunta se destacou propriamente, referindo-se aos níveis de racismo sofridos pela profissional, sob hipótese de se sua fama lhe daria, de alguma forma, uma blindagem. Na ocasião apresentada, ela respondeu:

Nada blindo preto de racismo, nada. E com mulher preta é pior ainda. Nós somos mais abandonadas e discriminadas, porque o homem preto não quer a mulher preta. Nada blindo a gente. Você tem que aprender a se blindar da dor, isso é importante. Se você for esperar uma proteção universal, você está perdida. Você tem que fazer com que a vida te faça aprender a se blindar (2022).

Partindo-se desse recorte, pressupõe-se que buscar por evidências e referências que apontem ou sugiram o preconceito racial em outras personalidades pode por vezes se mostrar custoso. Considerando-se que o problema racial brasileiro demorou a se consolidar como tema de interesse generalizado, acabou sendo pouco debatido historicamente e, por conseguinte, pouco documentado ou vocalizado. Esse quadro mudaria qualitativamente quando da inclusão de quesitos raciais em uma Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílio (PNAD) no ano de 1976 (SKIDMORE, 1991).

^{*} Mestrando em História Social das Relações Políticas pela Universidade Federal do Espírito Santo e bolsistas pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

^{**} Ambos vinculados à Universidade Federal do Espírito Santo, mestrandos em História Social das Relações Políticas e bolsistas pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Há três décadas que, sob o marco da Constituição Federal de 1988, da “Nova República” instaurada, o Estado brasileiro definiu como crime de racismo os atos resultantes de preconceito de cor ou raça sob a Lei 7.716/89, conhecida pelo nome do deputado constituinte Carlos Alberto Caó de Oliveira como “Lei Caó”. Hodiernamente, a Lei nº 14.532 de 11/01/2023 foi sancionada para enfim tipificar a injúria racial (que vitima o indivíduo) como crime de racismo (que vitima a coletividade). Isso retoma ao que Skidmore (1991, p. 16) enfatizava, sobre o Brasil sofrer de discriminação racial significativa e sistematicamente, e da importância de a sociedade brasileira, afrodescendente e branca, reagir a essa informação.

No meio dessas transformações político-sociais, Albuíno Cunha de Azeredo (1945-2018) alcançou o feito de ser o primeiro e único homem preto eleito governador do Estado do Espírito Santo, sendo o segundo nacionalmente por uma diferença de turno eleitoral com seu então correligionário Alceu de Deus Collares, no Rio Grande do Sul. Sua trajetória política, à luz do cenário capixaba e nacional, de sua ascensão como quadro técnico até a vitória eleitoral, assim como seu protagonismo em um ambiente dominado por homens brancos, são objeto deste trabalho.

Da trajetória político-eleitoral de albuíno: indicação e pré-campanha

Para traçar os itinerários da ascensão de Albuíno Azeredo, deve-se primeiro situar os contextos antecedentes, remontando sucintamente ao quadro nacional. O pleito estadual de 1990 foi o terceiro a eleger governadores estaduais por voto direto desde o fim dos mandatos biônicos sob o autoritário regime civil-militar (1964-1985), o qual permitiu eleições diretas para governadores apenas em 1982.

O Espírito Santo foi um dos dez estados a eleger um candidato do PMDB, maior partido da Oposição sob a reabertura político-partidária, Gerson Camata. Em 1986, sob o governo constituinte de José Sarney, as eleições gerais consagraram o mesmo PMDB, que perdeu apenas no estado de Sergipe. O Espírito Santo elegeu Max Mauro, que já se encontrava na “fila sucessória” desde a vitória de seu antecessor.

Sob a redemocratização e o pluripartidarismo, impunha-se a agenda da Assembleia Nacional Constituinte, ao mesmo tempo em que o País decretava moratória, sob a crise dos juros da dívida externa, queda das reservas cambiais e hiperinflação, causando reajustes significativos nos preços, derretimento da moeda e, por conseguinte, greves e paralizações nacionais e estaduais, sob repressões das forças de segurança que simbolizavam um retrocesso

democrático; crimes contra ativistas sociais, campanhas ruralistas contra a reforma agrária e, ainda assim, centenas de emendas de iniciativa popular foram enviadas, somando-se ao direito ao voto a partir dos 16 anos.

Concorreu com o período a ascensão de Fernando Collor de Mello, apelidado “Caçador de Marajás”, e sob ele toda a construção imagética e personalista de um homem branco capacitado a “moralizar” o País. Ele venceu o pleito de 1989, ano da primeira eleição democrática para presidente, ano inclusive da sanção da Lei Caó, resultado das lutas do movimento negro, cujas entidades boicotaram celebrações oficiais em 1988, efeméride do centenário da Lei Áurea.

Crises econômica e política perdurariam ainda mais sob a consolidação das reformas de corte neoliberal ao longo dos anos de 1990. Contudo, o curto retrato nacional esboçado acima permite que se apresente a referida trajetória de Albuíno. Para tal, corrobora-se com Cassundé (2008) ao abordar quatro aspectos de larga influência para o pleito de 1990, quais sejam a baixa institucionalização partidária, com ênfase em fragmentações no PMDB local; o protagonismo municipalista dos prefeitos capixabas em torno de Albuíno; a polarização deste com seu adversário principal, que inicialmente liderava as pesquisas; e as técnicas de “campanhas modernizadas” enfatizadas pelo autor como marcantes naquelas eleições, sob a redemocratização consolidada (CASSUNDÉ, 2008, p. 138). Os dois primeiros aspectos interessam mais para este trabalho, sendo doravante mobilizados.

Albuíno Azeredo (coligação PDT, PSB, PTB e PC do B) disputou com quatro concorrentes, quais sejam: o Senador José Ignácio Ferreira (coligação PST, PFL, PDS, PMN, PSC e PRP), o jornalista Rogério Medeiros (coligação PT e PCB), o empresário Paulo Loureiro (coligação PRN, PDC e PSD) e o Senador João Calmon, pelo PMDB. Destacando-se o primeiro aspecto levantado, “era do conhecimento público que lideranças de grandes partidos políticos, como o PFL e o PMDB, estavam engajadas na candidatura pedetista” (CASSUNDÉ, 2008, p. 139).

Líder das primeiras pesquisas, José Ignácio filiou-se ao PST justamente em 1990 após ruptura com o PSDB, de oposição à centro-esquerda no cenário nacional, em razão de ter aceitado compor a liderança do Presidente Collor no Senado Federal. Junto do colega João Calmon, o senador era figura altamente reconhecida no cenário político capixaba. Advogado de carreira, colecionava a trajetória de oposição aos governos militares, presidindo a OAB estadual até se eleger Senador da República em 1982; havia perdido somente o pleito de 1986, quando

concorreu contra Max Mauro ao governo estadual. José Ignácio de certo modo muito credenciado para a vitória eleitoral, tendo até recebido convite do então governador para encabeçar a composição sucessória, mas a todo tempo ele “repetiu inúmeras vezes que ‘correria em faixa própria’” (CASSUNDÉ, 2008, p. 147).

Albuíno nasceu em Vila Velha, próximo à capital e, ao se formar como engenheiro pela Universidade Federal do Espírito Santo, passou grande parte da vida no Estado do Rio de Janeiro, voltando ao estado somente para participar do governo de Max Mauro. Coube a ele consolidar sua qualidade de articulador político, em prol do bem-estar social e do desenvolvimento econômico, aspectos que refletiram no bom trânsito que mantinha entre diferentes lideranças políticas, as quais ele visitava frequentemente, adquirindo maior “tato” com as disputas locais. Manteve boa interlocução com a imprensa, enquanto secretário de planejamento. Seu papel na implantação do projeto Transcol foi igualmente determinante para seu credenciamento como quadro político,

o que lhe garantiu grande visibilidade nos meios de comunicação de massa. Além disso, Albuíno conduziu a inauguração de obras públicas em várias cidades do interior, o que lhe permitiu arregimentar o apoio de uma ampla frente de prefeitos, estimulando o discurso da municipalidade e colocando-se como o candidato que correspondia aos anseios das cidades do interior.” (CASSUNDÉ, 2008, p. 141)

Havia uma preocupação, sobretudo no governo Max Mauro, de que Albuíno não teria densidade eleitoral para o pleito de 1990, de modo que o governador teria sondado lideranças tanto a nível estadual, como o senador José Ignácio, quanto a nível municipal, entre alguns prefeitos aliados. Mas a força do secretário entre os prefeitos – reforçando-se o segundo aspecto evocado anteriormente –, ganhava notoriedade:

A candidatura de Albuíno foi defendida pela primeira vez, publicamente, em abril de 1989, durante a inauguração da Biblioteca Pública Municipal de Colatina. Na ocasião, o prefeito da cidade, Dilo Binda, estendeu uma faixa referindo-se ao Secretário de Planejamento como candidato a Governador do Espírito Santo. Nessa mesma época, o prefeito de Pedro Canário, Mateus Vasconcelos, tomou a iniciativa de distribuir adesivos plásticos e camisetas com a frase “Albuíno 90” (CASSUNDÉ, 2008, p. 142)

Definida a escolha de Max pelo apoio em Albuíno, contornando a recusa do PMDB, articularam a filiação do grupo político ao PDT capixaba, pouco expressivo à época e paulatinamente conquistado pelo pré-candidato. Sua candidatura foi proclamada na convenção do partido, aderindo em totalidade à personalidade construída em torno de Albuíno (CASSUNDÉ, 2008, p. 145-146).

Da campanha

Consolidados os acertos na área política, Albuíno deu início oficialmente à sua campanha eleitoral em Montanha, na região Norte do Estado, no dia 13 de junho de 1990. De lá o candidato foi para Colatina, onde assistiu a solenidade de posse do bispo diocesano, Dom Geraldo Lyrio Rocha, com quem manteve contatos políticos. Partiu para Barra de São Francisco para, finalmente, Nova Venécia, onde ratificou publicamente a candidatura do ex-prefeito Adelson Salvador a vice-governador.

A mesma tática empregada com sucesso no Norte do Estado serviria depois para o Sul e para a região da Grande Vitória. O primeiro comício da “Frente Democrática Capixaba” foi em Mantenópolis e o primeiro debate público foi no Sindicato da Indústria da Construção Civil (Sindicon), em Vitória. O intenso corpo-a-corpo do candidato era acompanhado por uma frase: “dê uma força pro Albuíno”, e por um sugestivo *jingle* “Albuíno, este é o homem”. A assessoria de comunicação da campanha foi entregue inicialmente aos jornalistas Marcelo Martins e Luiz Aparecido. O complemento da estrutura de campanha foi assim constituído (VIEIRA, 1993, p. 59- 61):

1. **Coordenação Política:** Governador Max Mauro (Coordenador), Renato Soares (PMDB), Ruzerte de Paula Ghaiger (PDT), Jauber Pignaton (PDT), Theodorico de Assis Ferraço (PTB), Enivaldo dos Anjos (PFL), Adão Geraldo Cunha (PSB), José Eugênio Vieira (PMDB), Sebastião Carreta (PMDB), Juracy Magalhães (PFL), Idivarey Martins (PMDB), Namy Chequer (PCdoB), João Martins (PCdoB), Francisco Mauro (PSDB) e Arnaldo Mauro (PSDB).
2. **Coordenação de Meios:** Saturnino Freitas Mauro (Coordenador), Theodorico de Assis Ferraço, José Eugênio Vieira, João Luiz Tovar e Eduardo Santos.
3. **Coordenação de Agenda:** José Eugênio Vieira (Coordenador), Tenente PM Antônio Carlos, Marcelo Martins, Max Freitas Mauro, Elizabeth Rodrigues, Adão Cunha e Idivarcy Martins.
4. **Coordenação de Apoio:** Niuza Malta (Coordenadora), Waldicéa Peçanha de Azeredo (também faziam parte da Coordenação de Apoio os dirigentes dos comitês eleitorais e do grupo de segurança do candidato).
5. **Coordenação De Divulgação:** Elizabeth Rodrigues (Coordenadora), Laurinho Goltara, Luiz Aparecido e Jane Mary.

6. **Coordenação do Programa de Governo:** Sérgio Vergueiro (Coordenador), Sebastião Ballarini, Elizabeth Rodrigues e José Deneval Mendes.
7. **Coordenação de Mobilização:** Arnaldo Mauro (Grande Vitória), Theodorico Ferraço (Região Sul), Enivaldo dos Anjos (Região Norte) e Dilo Binda (Região Serrana Norte).

Faltando aproximadamente vinte dias para o início da transmissão dos programas eleitorais gratuitos por rádio e televisão, com as coligações já definidas, a campanha começava a ser estruturada, já com a distribuição dos primeiros materiais gráficos. Foi contratada uma agência de Brasília-DF com experiência em marketing político no Centro-Oeste e Nordeste. Em 20 de agosto iniciava-se a produção de materiais de campanha, com a seguinte equipe (VIEIRA, 1993, p.61):

1. Coordenador-geral - Benjamim Benzaquém Sicsú, auxiliado por outros diretores da agência, e assuntos administrativos;
2. Criação dos programas - Francisco Pontes, ex-secretário de Cultura do prefeito Ciro Gomes, de Fortaleza-CE, depois secretário de Cultura, Esportes e Turismo do Ceará;
3. Assessor de Imprensa - Ariosto Texeira, vindo da redação do jornal "O Estado de São Paulo", depois do "Relatório Reservado" e da Editora Política do "Jornal do Brasil".
4. Diretor dos Programas de Rádio e TV - Armando Mendes, ex-membro da equipe de economia do jornal *O Estado de São Paulo*. Após um período em Angola, onde estruturou a televisão e o "jornal nacional" daquele País, retornou ao *Estado de São Paulo*.
5. Responsável pela criação gráfica - Ely, designer de renome internacional.
6. Responsável pelos efeitos Visuais - José Bertoni, trazido do mesmo setor do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), de Brasília-DF, depois programador visual da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (EBCT).
7. Analista de pesquisas - Arthur Fonseca, especialista na área de tratamento estatístico da informação, hoje atuando com empresa própria na Região Centro- Oeste.

Para iniciar o trabalho, a equipe contou, já em sua chegada ao Espírito Santo, com duas pesquisas de opinião pública, a primeira feita pela VOX POPULI no início de maio de 1990 e a segunda realizada pelo IBOPE no começo de junho. Àquela altura, foi encomendado à

ASA - Criação de Publicidade Ltda. o “Projeto Vitória”, que traçou a primeira estratégia global de campanha, definiu o papel da comunicação e estabeleceu a tessitura política da campanha. Nesse momento, já circulava um pequeno folheto publicitário, preparado sem maior rigor técnico(VIEIRA, 1993, p. 62).

As pesquisas, tanto a do VOX POPULI como a do IBOPE atribuíam a Albuíno nada mais do que 1% (um por cento) das intenções de voto, contra percentuais que oscilavam entre 45% (quarenta e cinco por cento) a 55% (cinquenta e cinco por cento) para o favorito daquele momento, José Ignácio. A tarefa de reverter o quadro era muito difícil. A aparente naturalidade com que surgiu a candidatura Albuíno, impulsionada por lideranças políticas municipais, depois pelo apoio do então governador Max Mauro, ainda não se refletia sobre a opinião pública. Tantos fatos políticos aparentemente muito importantes, não se transformavam em mobilização popular, talvez porque não tinham sido corretamente explorados.

Segundo o trabalho anteriormente mencionado da ASA, a candidatura Albuíno ainda não havia rompido o circuito fechado da elite empresarial, política e intelectual, em que o candidato era mais conhecido e respeitado por seu desempenho técnico e profissional, e precisava chegar à massa da população, tanto na Capital como no interior do Estado. Em vários setores de opinião, na direção da campanha e até pelos corredores do Palácio Anchieta havia preocupação quanto a uma possível discriminação racial contra o negro candidato Albuíno Azeredo. Mas o preconceito de cor não chegou a manifestar-se. Num comício em Venda Nova do Imigrante, o então prefeito Nicolau Falqueto (PDT) provocou o tema, com sucesso: “Se Nossa Senhora Aparecida é a padroeira do Brasil e é negra, por que nós não podemos eleger o Dr Albuino?” (VIEIRA, 1993, p.62).

Com esse quadro, a equipe iniciava efetivamente o seu trabalho, para análise das pesquisas, foi utilizada uma técnica moderna que envolvia cruzamentos em duas ou três dimensões, bem como um software exclusivo da agência contratada, já testado em análises eleitorais. Inicialmente, foi feita uma extensa entrevista com o candidato Albuino. Exaustivas análises das pesquisas demonstravam que o candidato José Ignácio Ferreira tinha contra si uma soma de rejeições que atingiam os 60% do eleitorado. Foram constatadas rejeição pessoal, rejeição às suas principais características políticas, rejeição aos partidos que o apoiavam e rejeição ao fato de seu programa não apresentar solução para os principais problemas do Estado. A conclusão foi de que José Ignácio, na melhor das hipóteses, não ultrapassaria 40% dos votos.

Por sua vez, o candidato Albuíno tinha índices de rejeição que somavam 20%, principalmente pelo fato de ser desconhecido de parte do eleitorado. Com esses dados e com a análise dos problemas das cidades, necessidades das comunidades, do perfil do candidato e das condições de postulação da candidatura, foi organizado o seguinte esquema para orientação da comunicação (VIEIRA, 1993, p.62):

1. Violência social e violência ambiental: divulgação e valorização das potencialidades, investimentos na indústria e na modernidade e produtividade na agricultura, amparada por um programa de irrigação.
2. Necessidades das comunidades e da população: Saúde, trabalho, educação, segurança.
3. Perfil do trabalho: Trabalhador desde cedo e até hoje, administrador capaz de realizar e de inovar, vencedor pelo trabalho e para o social e Capixaba, conhece os recursos e sabe o que queremos.
4. Condições de postulação: Liderança *versus* popularidade eleitoral; competência *versus* problemas do Estado; compromissos *versus* necessidades da população; independência *versus* participação da sociedade.

Resumindo-se, os problemas básicos seriam: 1) comunicação, para resolver a questão da popularidade; 2) angariar votos suficientes favoráveis à candidatura Albuíno, tendo no projeto TRANSCOL uma qualidade e fato exclusivo. A partir disso, foram elaboradas as seguintes propostas:

1. Material gráfico desenvolvido para outdoors, cartazes, folders, adesivos, etc.;
2. Discurso de campanha ajustado às necessidades de linguagem da comunicação;
3. Produção de *jingle* de campanha, com opção por um ritmo que mesclasse rock e reggae. A letra foi desenvolvida em total sintonia com as necessidades da comunicação: *“Albuíno, este é o homem que sabe administrar. Albuíno é competência, seriedade e independência. Este é o homem que chegou para governar Albuíno! Este é o homem!”*.

Da vitória eleitoral

Vale trazer neste presente artigo, uma breve discussão acerca do que é proposto na historiografia capixaba, o conceito denominado *cultura do trabalho*, presente em obras que

tratam especificamente da imigração europeia na metade do século XIX em solo capixaba. Todavia, fundamentou-se principalmente em Pereira (2011), com a sua dissertação “*Ética católica e cultura do trabalho: uma reflexão sobre a imigração italiana no estado do Espírito Santo*”. A gênese desse debate colocaria o governador Jerônimo Monteiro como o primeiro titular capixaba a usar essa percepção na política.

Segundo Pereira (2011), *cultura do trabalho* pressupõem o ímpeto da população capixaba pelo trabalho, herdado de imigrantes, sobretudo italianos, consolidado na construção do imaginário capixaba voltado para o trabalho; trabalho como realização do cidadão. A tradução desse suposto sentimento na cultura capixaba se inscreve na bandeira do estado com o lema *Trabalha e Confia*, bandeira esta criada em 1908 no governo Jerônimo Monteiro.

Não caberia nestas páginas um extenso levantamento de todos os governadores notáveis que sucederam a Jerônimo Monteiro. Todavia, o ideário da *cultura do trabalho* se fez presente na maioria das eleições. O caráter do governante capixaba ficou retido nessa perspectiva da *cultura do trabalho*, vide como foi dito anteriormente em apresentar o candidato Albuíno: a equipe de campanha se preocupou em apresentar o Albuíno trabalhador. O *jingle* supracitado, apresenta “competência” e “seriedade” como inerentes ao candidato, reforçando o seu caráter de trabalhador, perfil de gestor.

A imagem do Albuíno era um contraste com a imagem de José Ignacio, principal concorrente. Albuíno era apresentado como trabalhador e, em contrapartida, José Ignacio foi colocado como um “doutor”; sua trajetória como ex-presidente da OAB do Espírito Santo o afastava do meio popular, diferentemente de Albuíno. O desenvolvimento e o progresso são motores do debate político capixaba (OLIVEIRA, 2008), portanto o eleitorado capixaba busca respostas para essas questões, respostas que estão, enfim, pautadas na *cultura do trabalho*, aspecto de fulcral importância para compreender a vitória de Albuíno nesse pleito de 1990.

Considerações finais

A candidatura de Albuíno significou a manutenção de um projeto político-econômico, tornando a sua candidatura uma síntese de grupos políticos progressistas e conservadores capixabas. Ao observarmos a estrutura de campanha de Albuíno, é latente a frente ampla formada em torno de seu nome, pautado no municipalismo e uma coligação pluripartidária, tendo partidos que estavam oficialmente em outras coligações, mas seus quadros políticos estavam com Albuíno.

A temática do racismo rondou a equipe de campanha de Albuíno, entretanto como já dito não se “ventilou” durante a campanha. Afirmar isso não é negar que ele possa ter sofrido racismo, em todos os limites da lei vigente àquela época, conforme o exposto introdutório. Portanto, vale ressaltar para o período que o debate franco acerca do racismo ainda era algo tangente na arena política. Durante o seu mandato foi totalmente diferente, tamanha repercussão das agressões sofridas por sua filha, Ana Flavia (FRY, 1996), a qual compôs objeto de estudo para compreender o racismo em diversas facetas. mesmo sob adversidades, o governo Albuíno é marcado na história capixaba por democratizar o “ir e vir”, por meio do sistema TRANSCOL. Sua vitória foi histórica, e até hoje ele é lembrado como o primeiro e único governador negro do solo espírito-santense.

Referências

BRASIL. L7716. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7716.htm>. Acesso em: 14 jan. 2023a.

_____. Lei nº 14.532, de 11 de janeiro de 2023. Disponível em: <<https://normas.leg.br/api/binario/b357ab7c-3151-453f-afb0-cdd617d8734c/texto>>. Acesso em: 14 jan. 2023b.

CASSUNDÉ, Ronaldo Luiz. *A vitória de Albuíno: campanhas modernizadas no Brasil e no Espírito Santo*. 2008. 200 f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências Humanas e Naturais, Vitória, 2008. Disponível em: <https://ape.es.gov.br/Media/ape/PDF/Disserta%C3%A7%C3%B5es%20e%20Teses/Hist%C3%B3ria-UFES/UFES_PPGHIS RONALDO LUIZ CASSUND%C3%89.pdf>.

FRY, Peter. O Que a Cinderela Negra Tem a Dizer Sobre a “Política Racial” No Brasil. *Revista USP*, v. 0, n. 28, 1996. Disponível em: <<https://www.readcube.com/articles/10.11606%2Fissn.2316-9036.v0i28p122-135>>. Acesso em: 13 jan. 2023.

“Nada blinda preto de racismo”, diz Gloria Maria no Roda Viva. Disponível em: <https://cultura.uol.com.br/noticias/47188_nada-blinda-preto-de-racismo-diz-gloria-maria-no-roda-viva.html>. Acesso em: 14 jan. 2023.

OLIVEIRA, Ueber José de, 1981-O48d *Desempenho político-eleitoral do Partido dos Trabalhadores, no Espírito Santo, nas eleições de 1982 a 2002* / Ueber José de Oliveira. – 2008.326 f. : i

PEREIRA, Flavia Salles Nunes. *Ética católica e cultura do trabalho: uma reflexão sobre a imigração italiana no Estado do Espírito Santo*. 2011. 105 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas, Vitória, 2011. Disponível em: <<http://repositorio.ufes.br/handle/10/2839>>.

SKIDMORE, Thomas E. Fato e mito: descobrindo um problema racial no Brasil. *Cadernos de Pesquisa*, n. 79, p. 5-16, nov. 1991.

VIEIRA, José Eugênio. *A História político-eleitoral do Espírito Santo de 1982 a 1992*. Vitória: Vida Editora, 1993.

