

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC-SP

Fábio da Silva Gomes

Quadro reputacional:
escolhas eleitorais em uma perspectiva pragmatista

Doutorado em Comunicação e Semiótica

SÃO PAULO

2022

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC-SP

Fábio da Silva Gomes

Quadro reputacional:
escolhas eleitorais em uma perspectiva pragmatista

Doutorado em Comunicação e Semiótica

Tese apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação e Semiótica, área de concentração: Signo e significação nos processos comunicacionais, sob orientação do Prof. Dr. José Luiz Aidar Prado.

SÃO PAULO

2022

Banca Examinadora

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance Code 001.

RESUMO

Esta pesquisa investiga a construção social do quadro de referência reputacional para candidaturas ao cargo de Executivo municipal a partir da abordagem pragmatista. O referencial teórico parte das teorias precursoras de Charles Sanders Peirce e da teoria social de George Herbert Mead para alcançar outros autores pragmatistas, sobretudo os contemporâneos. A tradução do pragmatismo pelas mãos de Thamy Pogrebinski, na identificação de três ideias centrais da teoria pragmatista (*antifundacionalismo*, *consequencialismo* e *contextualismo*), orientou nossa visada e proposição do conceito de reputação. No Brasil, destacamos as interpretações da obra peirceana por Lúcia Santaella (PUC-SP) e os estudos do Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS) do Departamento de Comunicação Social da UFMG. Partindo do eixo teórico e das questões de pesquisa (reputação e comportamento eleitoral), efetuamos o debate com importantes proposições que compõem o estado da arte: o exame de Marcus Faria Figueiredo acerca do comportamento eleitoral nos campos social, psicológico e racional; a teoria da “Centralidade da Sofisticação Política”, de Mônica Mata Machado de Castro; e o conceito de imagem pública de Wilson Gomes. A hipótese de pesquisa foi elaborada a partir de três afirmações conceituais: a) a reputação é um quadro referencial, fruto de uma ação intencional; b) a reputação é um valor construído socialmente nas interações intersubjetivas; c) o campo da reputação é constituído por relações sógnicas que se apresentam à percepção, promovidas pela relação do sujeito com o ambiente cotidiano e as interações sociais. A partir dessas afirmações, apresentamos nossa hipótese: os eleitores, em processos de eleição municipal para o Executivo, como forma de sustentação do pensamento enquanto ação intencional (da orientação das escolhas e consequente decisão do voto), elaboram quadros de referências reputacionais em conjunto com outros eleitores, em variados processos de interação, que levam em consideração as expectativas e interpretações do mundo objetivo, para julgarem a reputação de candidaturas específicas. Objetivando a comprovação de nossa hipótese, definimos o *corpus* de nossa pesquisa de campo com recorte de municípios do estado do Rio de Janeiro, conforme regiões e porte eleitoral. A metodologia aplicada foi qualitativa, no formato de entrevistas em profundidade, aplicadas em dois municípios fluminenses: Rio de Janeiro e Paty do Alferes. Com essa metodologia, buscamos padrões discursivos para os seguintes eixos avaliativos: características do mundo vivido (mundo objetivo), interpretações sobre o contexto social vivido (mundo percebido), referências para julgar candidaturas (quadro reputacional) e linguagem das campanhas eleitorais (mundo prometido). Com isso, pretendemos responder a seguinte questão de pesquisa: o voto é antecedido pela edificação social de quadros referenciais, utilizados para julgamentos e escolhas de candidaturas?

Palavras-chave: eleição; interação; quadro reputacional; construção social.

ABSTRACT

This research investigates the social construction of a reputational reference framework for candidacies for municipal executive positions through a pragmatist approach. The theoretical references begin in Charles Senders Peirce's precursory theories and in George Herbert Mead's social theory and reach up to, mainly contemporary, pragmatist authors. Thamy Pogrebinski's understanding of pragmatism in the identification of the three central ideas in pragmatist theory (anti-foundationalism, consequentialism and contextualism) oriented our point of view and our proposition of the concept of reputation. In Brazil, we highlight Lucia Santaella's (PUC – SP) interpretations of Peirce's work and the studies of Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS) from UFMG's Social Communication Department. Starting from our theoretical discussions and our research question (reputation and electoral behavior), we debated important propositions which compose the state of the art: Marcus Faria Figueiredo's examination of electoral behavior in social, psychological and rational fields; Mônica Mata Machado de Castro's "Political Sophistication Centrality" theory; and Wilson Gomes' concept of public image. The research hypothesis was elaborated considering three conceptual affirmations: a) reputation is a reference framework which is the result of an intentional action; b) reputation is a socially constructed value which is built in intersubjective interactions; c) The field of reputation is built by sign relations which are presented to perception, and promoted by the relationship between the subject and their everyday environment and social interactions. From these affirmations, we present our hypothesis: voters, in municipal executive election processes elaborate reputational reference frameworks with other voters (as a way of sustaining their thoughts as intentional actions to guide their choices and consequently, their vote decisions) in several interaction processes which consider the expectations and interpretations of the objective world to judge specific candidacies' reputations. In order to try to prove our hypothesis, we defined our field research's *corpus* as the data which was collected in cities from Rio de Janeiro State according to regions and electoral size. Qualitative methodology was applied in the form of in-depth interviews in two *Fluminense* cities: Rio de Janeiro and Paty do Alferes. Through this methodology, we looked for discursive patterns related to the following evaluation points: lived world characteristics (objective world), interpretations regarding social context (perceived world), references to judge candidacies (reputational framework) and electoral campaign's language (promised world). With this, we intend to answer the following research question: is the vote preceded by the social construction of referential frameworks, used for judgments and candidacies choices?

Keywords: elections; interaction; reputational framework; social construction

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Eixos de análise da tese.....	22
Figura 2 – Posicionamentos das identidades visuais dos candidatos do Rio de Janeiro.....	180
Figura 3 – Posicionamentos das identidades visuais em Paty do Alferes.....	201
Figura 4 – Construção social da reputação eleitoral.....	202
Quadro 1 – Categorização dos partidos.....	86
Quadro 2 – Entrevistas em Profundidade: Rio de Janeiro.....	123
Quadro 3 – Entrevistas em Profundidade: Paty do Alferes.....	123
Mapa 1 – Municípios selecionados para a pesquisa.....	120
Mapa 2 – Rio de Janeiro: população por setor censitário.....	125
Mapa 3 – Rio de Janeiro: renda média por setor censitário.....	130
Mapa 4 – Paty do Alferes: população por setor censitário.....	184
Mapa 5 – Paty do Alferes: renda média por setor censitário.....	184
Cartograma 1 – Complexo de aglomerados subnormais.....	127
Cartograma 2 – Aglomerados subnormais únicos.....	128
Cartograma 3 – Aglomerados subnormais no Rio de Janeiro.....	129
Gráfico 1 – Evolução da metragem ocupada por favelas.....	130
Gráfico 2 – Modais de transporte: Rio de Janeiro.....	132
Gráfico 3 – Passageiros por ano: Rio de Janeiro.....	132
Gráfico 4 – Número de linhas de ônibus.....	133
Gráfico 5 – Média da idade (anos) da frota por ano.....	134
Gráfico 6 – Paty do Alferes: evolução do IDHM.....	184
Gráfico 7 – Paty do Alferes: concluintes do ensino fundamental.....	184
Gráfico 8 – Paty do Alferes: concluintes do ensino médio.....	185
Gráfico 9 – Paty do Alferes: receita da Prefeitura.....	187
Imagem 1 – Renata Souza – PSOL.....	166
Imagem 2 – Paulo Messina – MDB.....	167
Imagem 3 – Bandeira de Melo – REDE.....	168
Imagem 4 – Fred Luz – NOVO.....	168
Imagem 5 – Glória Heloiza – PSC.....	169
Imagem 6 – Clarissa – PROS.....	170
Imagem 7 – Suêd Haidar – PMB.....	171
Imagem 8 – Cyro Garcia – PSTU.....	172

Imagem 9 – Martha Rocha – PDT.....	174
Imagem 10 – Benedita – PT.....	174
Imagem 11 – Luiz Lima – PSL.....	176
Imagem 12 – Eduardo Paes – DEM.....	177
Imagem 13 – Crivella – REPUBLICANOS.....	178
Imagem 14 – Juninho Bernardes.....	197
Imagem 15 – Batata.....	198
Imagem 16 – Kenny Nobre.....	198
Imagem 17 – Dr. Pedro Paulo.....	199
Imagem 18 – Marcelo de Paula.....	200

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Votos por segmento de partidos.....	87
Tabela 2 – Voto de legenda.....	87
Tabela 3 – Candidatura e aproveitamento por segmentos de partidos.....	88
Tabela 4 – Indicadores socioeconômicos dos municípios selecionados.....	121
Tabela 5 – identidades visuais.....	124
Tabela 6 – População geral e de aglomerados subnormais.....	129
Tabela 7 – Homicídios no Rio de Janeiro.....	135
Tabela 8 – Indicadores de serviços do PAS selecionados.....	136
Tabela 9 – Indicadores estruturais do PAS selecionados.....	137
Tabela 10 – Paty do Alferes: estoque de mão de obra formal.....	186
Tabela 11 – Paty do Alferes: composição do PIB.....	186

SUMÁRIO

Introdução.....	11
1 Uma conceituação de reputação na perspectiva pragmatista.....	20
1.1 Os quatro eixos de análise.....	21
1.1.1 Mundo objetivo.....	22
1.1.2 Mundo percebido.....	23
1.1.3 Quadro reputacional.....	25
1.1.4 Mundo prometido.....	26
1.2 Conceitualização de reputação em uma perspectiva pragmatista.....	27
1.2.1 Conceito de reputação.....	28
1.2.2 Hipótese de pesquisa.....	28
1.3 Elementos teóricos pragmatistas para a conceitualização da reputação.....	29
1.3.1 Construção social das ideias.....	31
1.3.2 Perspectiva pragmatista da percepção.....	35
1.3.3 Perspectiva pragmatista da imagem/imaginação.....	38
2 Comunicação política e reputação eleitoral.....	41
2.1 O pensamento pragmatista e a tradição microinteracionista.....	42
2.2 Mead e a comunicação.....	53
2.3 Construções sociais da realidade: mundo objetivo e mundo percebido.....	57
2.3.1 Tradição microinteracionista e a ecologia humana: mundo objetivo e mundo percebido.....	58
2.3.2 Perspectiva pragmatista e formação de comunidades de comunicação.....	64
2.3.3 Interações sociais e a formação das ideias políticas locais.....	84
2.4 Comunicação eleitoral, voto e reputação: uma perspectiva do estado da arte.....	97
2.4.1 Campos social, psicológico e racional do comportamento eleitoral.....	99
2.4.2 Centralidade da sofisticação política.....	104
2.4.3 Wilson Gomes e o conceito de imagem pública.....	108
2.5 Pulsão e emoção nos processos comunicacionais.....	112
2.6 Racionalidade e o quadro reputacional pragmatista.....	114

3 Quadro reputacional e eleições municipais.....	118
3.1 A composição do <i>corpus</i>.....	119
3.1.1 Dados secundários.....	120
3.1.2 Entrevistas em profundidade.....	121
3.1.3 Identidades visuais.....	124
3.2 Análise do <i>corpus</i>.....	124
3.2.1 Rio de Janeiro.....	125
3.2.1.1 Rio de Janeiro: mundo objetivo.....	125
3.2.1.2 Rio de Janeiro: mundo percebido.....	139
3.2.1.2.1 Características percebidas.....	140
3.2.1.2.2 Performance percebida do governo municipal.....	149
3.2.1.3 Rio de Janeiro: reputação requerida.....	154
3.2.1.3.1 Pontos nodais do quadro reputacional.....	155
3.2.1.3.2 Detalhamento dos pontos nodais.....	158
3.2.1.3.3 A questão ideológica e partidária.....	163
3.2.1.3.4 O quadro reputacional nas eleições municipais do Rio de Janeiro em 2020...	163
3.2.1.4 Rio de Janeiro: mundo prometido.....	164
3.2.1.4.1 Análises de identidades visuais das candidaturas: exemplo de exame com uso do quadro reputacional.....	165
3.2.1.4.2 Rio de Janeiro: considerações finais acerca das identidades visuais.....	179
3.2.2 Paty do Alferes: exame para busca de contrastes e padrões.....	182
3.2.2.1 Paty do Alferes: mundo objetivo.....	182
3.2.2.2 Paty do Alferes: mundo percebido.....	187
3.2.2.2.1 Paty do Alferes: avaliação do prefeito.....	190
3.2.2.3 Paty do Alferes: quadro reputacional.....	193
3.2.2.3.1 Considerações acerca do quadro reputacional.....	196
3.2.2.4 Paty do Alferes: mundo prometido.....	196
3.2.2.4.1 Análises de identidades visuais das candidaturas: exemplo de exame com uso do quadro reputacional.....	200
 Considerações finais.....	202
REFERÊNCIAS.....	208

Introdução

A presente tese está inscrita nos estudos de comunicação e semiótica que debatem o comportamento eleitoral. Apresentamos nossa contribuição na busca de respostas para a seguinte questão: o voto é antecedido pela edificação social de quadros referenciais, utilizados para julgamentos e escolhas de candidaturas? Defendemos a construção social de padrões reputacionais, que denominamos de “quadro reputacional”, referência dos eleitores para julgar candidaturas e definir o voto, tendo como aparato teórico a perspectiva pragmatista. Em linhas gerais, diante do cotidiano que os cerca, os eleitores interpretam a cena política e, partícipes de processos interacionais, constroem socialmente padrões de julgamento para avaliar atores políticos.

Nossa jornada é orientada, em grande parte, pelas contribuições de pensadores pragmatistas, promotores de variadas pistas teóricas. O trajeto é marcado, como veremos, por referências que renegam dogmas, valorizam contextos sociais e indicam a generalidade que rege fatos futuros. Em última instância, em linha com a perspectiva pragmatista da construção social da realidade, apresentamos o quadro reputacional enquanto fruto de múltiplas interações entre os eleitores acerca do mundo vivido e do tema das eleições¹. De forma mais específica, no que se refere à nossa investigação, buscamos provar que os eleitores de uma comunidade de comunicação constroem socialmente os padrões reputacionais para avaliar candidaturas. Em face das orientações teóricas, conjugadas com pesquisas de campo, podemos afirmar que os eleitores não herdam um padrão de julgamento, pois o contexto social vivido é a essência das avaliações e orienta ações futuras, como no caso do voto.

Entendemos que nossa proposição contribui para os debates práticos e teóricos da comunicação política, sobretudo no que se refere aos estudos do comportamento eleitoral. No campo teórico, esses estudos povoam densamente os trabalhos acadêmicos e científicos – na tradição das ciências sociais e nas ciências sociais aplicadas, sobretudo com enfoque na comunicação política eleitoral. No campo prático, as campanhas eleitorais estão presentes no Brasil bianualmente nos anos pares, em que muitos profissionais e acadêmicos se envolvem tanto no desenvolvimento de campanhas quanto nas análises de produção técnica, manifestações em mídias sociais e em veículos de imprensa. Depositamos nossa esperança em

¹ Entendemos que as interações acerca dos temas eleitorais envolvam variados aspectos da realidade vivida. Muitos aspectos com impacto direto na vida dos interagentes. Mas também a outros aspectos transversais considerados relevantes para os eleitores. Por exemplo, qualidade da saúde pública para eleitores com plano de saúde particular. Os temas eleitorais podem ser tratados como ganho direto, na dimensão altruísta e nas diversas complexidades do campo social.

que nossa tese seja potencialmente capaz de subsidiar exames de processos eleitorais no campo prático ou teórico.

Nossa investigação contou com pesquisas qualitativas cedidas por empresa especializada. Solicitamos autorização para inserção de um bloco de questões de nosso interesse nessas pesquisas, que foram aplicadas em meio à campanha eleitoral de 2020 em dois municípios fluminenses: Rio de Janeiro (capital) e Paty do Alferes, cidade interiorana do estado do RJ. Com as opções de municípios ofertadas, conforme oportunidades mercadológicas da empresa cedente, uma vez que nossa solicitação de inserção de questões dependia de projetos contratados e executados, escolhemos um município de grande porte e outro de pequeno porte. As escolhas tiveram por objetivo apurar as observações em contextos sociais de características distintas. Diante do conteúdo produzido por entrevistas em profundidade (vinte e quatro em cada município), selecionamos alguns temas dos roteiros para nossa análise: percepções acerca do mundo vivido, avaliação do governo municipal, características da candidatura (idealizada) a prefeito. A partir desses fragmentos, nossa pesquisa com dados secundários foi desenvolvida para a presente tese. Sabemos das limitações do uso de dados secundários, de estudos desenvolvidos para outros fins (contratação comercial para avaliação política), mas avaliamos que, para os propósitos de nossa investigação, os dados coletados e disponibilizados foram apropriados – as perguntas que foram inseridas a nosso pedido no roteiro de pesquisa qualitativa atenderam às nossas questões de pesquisa.

A pesquisa de campo foi avaliada com aparato teórico da tradição pragmatista norte-americana. Partindo dessa teoria, passamos pelas pesquisas disponibilizadas para alcançar as questões de nossa investigação: *quadro reputacional* e comportamento eleitoral. Com o propósito de facilitar o contato dos leitores com os resultados e análises da pesquisa, organizamos a nossa exposição em quatro eixos temáticos. O primeiro refere-se ao conceito de *ecologia humana*, ciosamente retratado, principalmente, por pragmatistas da *Escola Sociológica de Chicago*. Denominamos esse eixo de “mundo objetivo” – trata-se das características objetivas, da realidade concreta, das estatísticas e dados oficiais que descrevem a realidade social –, independentemente da percepção dos sujeitos que nele habitam. O segundo eixo retrata a realidade percebida pelos eleitores: o “mundo percebido”, aquele das apreensões dos sujeitos no cotidiano, da interpretação dos eleitores acerca a realidade vivida – a realidade socialmente construída, interpretada, nos termos da perspectiva pragmatista. O terceiro eixo, tema central de nossa pesquisa, é a reputação requerida – o conceito que denominamos *quadro reputacional* –, a referência construída pelos eleitores para julgar atores políticos e, em

consequência, definir escolhas eleitorais. O quarto e último eixo que propomos é o “mundo prometido”. Diante dos eleitores que vivem em um *mundo objetivo*, que o apreendem e o interpretam, partidos e candidaturas elaboram proposições políticas para angariar votos. Nesse último eixo, analisaremos a linguagem de identidades visuais de campanhas para os executivos municipais nos dois municípios estudados e as comparamos com o *quadro reputacional* objetivado nas entrevistas em profundidade.

Antes, no entanto, de aplicar o trajeto avaliativo dos quatro eixos propostos, faremos a exposição do campo teórico que dá sustentação à nossa proposição. Para isso, primeiro delimitaremos nosso conceito de reputação. Partimos aqui da inspiração etimológica do termo: do latim *reputatio*, que indica o ato de reflexão, suposição, pensamento, cálculo acerca de algo. Cunha (2010) lista os seguintes sinônimos do verbo reputar: “considerar”, “julgar”, “achar”. O termo reputação costuma ser tratado como posse: a “minha reputação”, a “reputação de outrem”, de uma marca, de um governo etc. No entanto, a descrição etimológica indica o resultado de uma reflexão “sobre mim”, “sobre outrem” etc. Nesse sentido, a reputação não pertence a um objeto, mas é sobre um objeto. Aproximando do tema de nossa investigação, a aplicação etimológica do termo indica que reputação eleitoral sobre um candidato se refere à reflexão, ao exame, ao cálculo que os eleitores fazem acerca desse candidato. A ligação desse conceito epistemológico com a proposição microinteracionista, ou pragmatista, encontra laços de contiguidade promissores, sobretudo no que se refere ao axioma da construção social da realidade – e, com nossa proposição, em que as referências para reputar um candidato são construídas socialmente pelas múltiplas interações entre os eleitores. A partir dessa premissa, buscamos, nas cercanias filosóficas da perspectiva pragmatista, os elementos de sustentação do conceito e do funcionamento do *quadro reputacional*.

Utilizamos, como uma das orientações cardeais na organização do pensamento pragmatista, a essência triádica da contribuição de Pogrebinschi (2005). A autora, no que denominou de “matriz filosófica”, perpassa os conceitos de *antifundacionalismo* – negação dos dogmas e valorização da construção social; *contextualismo* – a importância do contexto social vivido na formação das ideias construídas socialmente; e *consequencialismo* – o poder das construções sociais para governar fatos futuros. Em nosso entendimento, o *quadro reputacional*, reforçando o conceito de antifundacionalismo, não emerge exclusivamente para cada possível objeto – o que poderia indicar um padrão universal de avaliação aplicável a qualquer objeto. Se fosse assim, o debate sobre a dimensão antifundacionista poderia encontrar contradições na aplicação do conceito.

Visitaremos também as contribuições seminais de Charles Sanders Peirce, as adaptações do pensamento peirceano para o campo social por George Herbert Mead e as leituras e interpretações de diversos outros pensadores. Buscamos, nessa escola de pensamento, os pilares para defender a ideia de que o campo reputacional não é um padrão universal aplicável a casos particulares. Também não é um padrão categórico para qualquer objeto pertencente a uma categoria. Nem, tampouco, um padrão universal para qualquer objeto independentemente da categoria que pertença. Por exemplo, os atributos valorizados em uma marca de sabonetes entre os consumidores de dado segmento social podem ser distintos entre compradores de outro *cluster*. De outra forma, os atributos valorizados em uma marca de sabonetes tendem a ser distintos dos percebidos em uma marca de requeijão. Nesse sentido, defendemos a perspectiva de que os sujeitos, com possíveis referências de fatos históricos (sem funções dogmáticas) e da influência dos contextos sociais vividos, constroem os padrões de uma categoria de objetos para reputar um objeto específico da referida categoria. Esses padrões são construídos por influência dos contextos sociais vividos (contextualismo) – nos termos do pragmatismo da Escola de Chicago, a interpretação dos sujeitos sobre a *ecologia humana* emoldura padrões construídos socialmente para governar os julgamentos futuros (consequencialismo): a reputação sobre objetos específicos. Com isso, buscamos, na teoria pragmatista, o estaqueamento de nossa proposição de *quadro reputacional*.

A partir de nossa proposta do conceito de *quadro reputacional*, buscamos a aproximação com o conceito de escolhas eleitorais. A conceituação apresentada, da reputação na perspectiva pragmatista, pode contribuir para reflexões acerca de categorias variadas de objetos. No entanto, na proposição da presente tese, a categoria de objetos sobre a qual dedicamos a investigação é a de candidaturas ao cargo do Executivo municipal. O objeto escolhido, além do recorte temático, apresenta-se de forma específica, com características distintas das candidaturas a outros cargos eletivos.

Não é de hoje que os estudos teóricos sobre eleições estão em voga. A partir dos anos 1980, com a redemocratização brasileira, muitas teses sobre o tema foram produzidas no país. O que apresentamos como contribuição não escapa de um axioma desse tema de pesquisa: o destino final das investigações sobre comportamento eleitoral é a decisão, o voto. E, sobre esse destino, assentam-se variadas proposições de causalidade, que enriquecem os estudos acadêmicos sobre eleições. Apresentamos nossa hipótese com base na conceituação pragmatista do *campo reputacional*, que consubstancia dois elementos estruturais: *quadro reputacional* e *reputação*. O primeiro está relacionado à construção dos padrões para julgamento. O segundo,

ao uso dos padrões para julgar, reputar. O *quadro reputacional* é a objetivação (nos termos peirceanos) dos fatores “implícitos” – conceito de Charaudeau (2006). A reputação, ou ato de reputar, é o julgamento do objeto com aplicação do *quadro reputacional* – trata-se do interpretante peirceano, da manifestação de fatores explícitos de Charaudeau. A tese dedica-se ao primeiro elemento do campo reputacional: *quadro reputacional*.

O *quadro reputacional*, enquanto objeto central em nossa investigação e fonte dos julgamentos das opções eleitorais (candidatos), apresenta-se como construção social para orientar fatos futuros – como não poderia ser diferente nos estudos eleitorais, a orientação final do voto. Dessa forma, reconhecemos a perspectiva de um panorama amplo do processo eleitoral, mas nos dedicamos a uma parte dele. A perspectiva que vislumbramos é da jornada triádica da decisão do voto, composta dos seguintes estágios: 1) os eleitores, pertencentes a comunidades de comunicação (associações comunitárias, grupos sociais, agremiações partidárias, congregações religiosas etc.), em face das interpretações do mundo objetivo e de múltiplos processos de interação, constroem comunitariamente quadros de referência reputacional compostos por padrões e atributos que definem e idealizam uma candidatura – elemento central da tese; 2) a *reputação* sobre cada candidato ao Executivo municipal é determinada em processos de interação em face do julgamento coordenado (racional ou intuitivamente) pelo *quadro reputacional* construído em uma comunidade de comunicação; e 3) o exame da *reputação* de cada postulante elicia a decisão eleitoral (voto), que, embora individual, é eivada de contribuições substantivas do “outro generalizado”², apreendido nos múltiplos processos de interação.

Traçaremos nosso exame perpassando temas (alguns com contribuição direta e outros, indireta) que reforçam nossa argumentação: a construção da perspectiva pragmatista e do campo microinteracionista; a perspectiva da ecologia humana (imprescindível para a formação do *quadro reputacional* no mundo que cerca os sujeitos); a comunicação na perspectiva microinteracionista; a racionalidade e o campo sensível na tomada de decisão; a comunicação político-eleitoral; a questão das comunidades de comunicação, da individualidade e das ideias políticas; o lugar da tradição microinteracionista e o estado da arte. Ao final, reafirmaremos nossa tese em face dos argumentos que serão apresentados, antes de colocarmos em tela, de forma prática, o tema central (*quadro reputacional*) – reservado para retratar a pesquisa de campo.

² Nos termos de Mead.

Com nossa proposição edificada, procuramos a fundamentação das ideias na perspectiva pragmatista. A partir de Peirce, o pensamento pragmatista estaqueia seus fundamentos em oposição ao pensamento dominante do determinismo social. As contribuições imperativas de Peirce (e de outros pensadores) abriram um novo caminho para o exame do campo da comunicação com a flâmula de que o processo perceptivo se apresenta como inferência³ e a dúvida, como ativo investigativo. Dentre os campos estimulados para esse novo caminho, a tradição microinteracionista contou com a importante contribuição do pensamento de Mead – que produziu muitos discípulos. O ambiente acadêmico que contextualiza o nascimento e o desenvolvimento do pragmatismo enfrentou, desde os primeiros passos, os desafios de embates paradigmáticos. A defesa da perspectiva pragmatista tem em Peirce o principal fundamento para confrontar a abordagem do determinismo social, até mesmo para os pensadores contemporâneos.

O vínculo do pragmatismo peirceano com a abordagem do campo social é devedor de Mead – em quem encontramos os rumos de nossa jornada propositiva. Na elaboração de sua teoria social, a exemplo de Peirce, o autor apresenta sua perspectiva ternária (mente, *self* e sociedade) – categorias analíticas que formam o eixo central da explicação sobre formação do pensamento dos sujeitos, da realidade e, em última instância, do campo social.

Da tradição pragmatista contemporânea, com forte influência nos estudos brasileiros, sobretudo do Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS) pertencente ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), fundado por Vera França, trouxemos Louis Quéré (2018) – que estrutura o seu pensamento, denominado de praxiológico, partindo da proposta de quebra de paradigma, cujo cerne é o posicionamento crítico em relação ao que denomina de tradição “epistemológica”. Ao criticar esse campo de pensamento hegemônico, Quéré o confronta com outra concepção comunicacional, pela qual advoga: o modelo praxiológico, com essência na construção social.

Outra importante contribuição para a nossa proposição é a de Eufrásio (2013), no que se refere à sua investigação acerca da *ecologia humana*, com pontos de contato com as teorias de Peirce e Mead. O autor lança luz na relação do sujeito com o ambiente de vivência cotidiana – assim como tratado como diferenciação pelo interacionismo meadiano: características físicas, cultura, política, social etc.

³ Umberto Eco (1998) faz exame da perspectiva da inferência peirceana na análise que faz sobre o kantismo. O autor salienta que Peirce, assim como Kant, apresenta distinção entre julgamentos perceptivos e juízos da experiência.

Contamos também com tradutores do pensamento de Mead e destacados pensadores que contribuíram para a edificação do pragmatismo, como Herbert Blumer (1980), Charles W. Morris (2010), Peter Berger e Thomas Luckmann (2005), entre outros. Para a difícil tarefa de analisar as proposições peirceanas, visitamos as obras da pesquisadora brasileira Lúcia Santaella (2008; 2010; 2012).

Para o diálogo com a perspectiva pragmatista, acessamos autores e teses de outros campos e abordagens: Pierre Bourdieu (2017) e a proposição de formação dos públicos; José Luiz Aida Prado (2013) e o conceito de convocação; Ernesto Laclau e Chantal Mouffe (2015) e a proposição de formação dos públicos; Raymond Boudon (1995) e o conceito de racionalidade; dentre outros. No estado da arte, dialogamos com a teoria do eleitor estratégico de Marcus Figueiredo (1988), a teoria de sofisticação política de Mônica Castro (1994) e a proposição de imagem pública de Wilson Gomes (2007).

Com o aparato teórico, voltamos aos quatro eixos de nossa avaliação. O primeiro eixo, *mundo objetivo*, foi retratado a partir da importância do conceito de *ecologia humana* (no que se refere à relação do homem com o mundo que o cerca) – examinamos, nesse item, as características dos municípios do Rio de Janeiro e de Paty do Alferes a partir de estatísticas oficiais. Em face dos pontos destacados pelas pesquisas qualitativas, as potências e os problemas apontados pelos entrevistados, ressaltamos, em termos da realidade concreta, esses mesmos elementos, com o objetivo de estabelecer contrastes em relações paradigmáticas e sintagmáticas – do *mundo objetivo versus mundo percebido* (pelos entrevistados). O contraste entre dois municípios rigorosamente distintos traduz possibilidades desiguais de manifestação descritiva do *mundo percebido*. A distinção entre os municípios é destacada por estatísticas, a começar pelas eleitorais. De um lado, a capital com mais de quatro milhões de eleitores, com gritantes problemas sociais. Por outro lado, Paty, com pouco mais de vinte mil eleitores em 2020, com vida pacata e sem problemas sociais severos.

A partir das entrevistas em profundidade, examinamos o segundo eixo de nossa pesquisa: *mundo percebido*. O eixo foi subdividido em características percebidas e a performance percebida dos governos municipais. Quanto à percepção sobre a ecologia humana, na capital observamos a percepção dos eleitores de que o município não aproveita sua potência turística para combater as mazelas sociais e o desemprego. Em Paty do Alferes, aparece o ressentimento dos eleitores acerca da ausência de oportunidades, especialmente para os jovens. Nos dois municípios, os indicadores oficiais são percebidos pelos eleitores em seus efeitos no mundo da vida – em variados aspectos, a experiência dos sujeitos com a realidade vivida revela a

percepção acerca dos problemas e afasta os sintomas de alienação política no que se refere às demandas sociais e dos serviços públicos.

Quanto à avaliação da performance dos governos, outro contraste: o prefeito da capital teve altíssimo grau de rejeição (e, ao final, não foi reeleito) e o de Paty do Alferes contou com o apoio popular, que o reconduziu ao cargo nas eleições. Marcelo Crivella, prefeito do Rio de Janeiro que buscava a reeleição, era considerado uma figura controversa, que misturava os papéis de religioso e de gestor público – o que gerava críticas e elogios, dependendo da relação dos eleitores com a fé. O de Paty do Alferes, embora citado por alguns como ausente nos bairros, expressava histórico de realizações e entregas, sobretudo na educação, que promovia o desejo de continuidade nos eleitores.

Quanto ao mundo prometido, a aproximação das proposições eleitorais ao *quadro reputacional* potencializa o voto. Para os dois municípios, a similaridade entre as proposições eleitorais e os quadros de referência reputacional promoveu um campo eleitoral na casa dos 80% dos votos no resultado final.

Já no campo do *quadro reputacional*, a constituição dos quadros de cada município apresenta características próprias, mas se iguala em alguns aspectos. De uma forma geral, os achados indicam a dependência do *quadro reputacional* do cotidiano vivido. Ao final, no conjunto das avaliações de municípios, elencamos cinco modalidades discursivas potentes que traduziram a objetivação do *quadro reputacional* pelo conteúdo das falas dos pesquisados. As modalidades discursivas relacionadas ao verbo “fazer” são índices de expectativas de ganhos futuros dos eleitores: “saber fazer” (preparo para o cargo), “saber o que fazer” (conhecimento da realidade social), “poder fazer” (articulação política para executar as proposições), “querer fazer” (vontade de produzir o bem comum) e “como fazer” (questão ideológica). Tais dimensões estão presentes com maior ou menor potência nos dois municípios e indicam categorias de atributos que compõem o quadro reputacional construído pelos eleitores em comunidades de comunicação.

A tese está organizada em três capítulos, além das considerações finais. No primeiro capítulo, *Uma conceituação de reputação na perspectiva pragmatista*, apresentamos nossa proposição de reputação e *quadro reputacional* – a partir dos fundamentos teóricos de Charles Sanders Peirce e George Herbert Mead. O capítulo apresenta-se como base argumentativa de nossa proposição teórica e da investigação da pesquisa de campo.

No segundo capítulo, *comunicação política e reputação eleitoral*, apresentamos o referencial teórico e os vínculos com os conceitos de reputação, *quadro reputacional* e

comunicação política são argumentados. Além dos autores da perspectiva pragmatista e da Escola Sociológica de Chicago, apresentamos argumentos de outros autores em posições críticas ou com algum alinhamento em relação aos fundamentos da construção social. Apresentamos também o estado da arte, por intermédio de contribuições sobre o estudo do comportamento eleitoral e da reputação no Brasil.

No terceiro capítulo, tratamos da apresentação da pesquisa de campo, que utilizou como *corpus* um estudo qualitativo realizado em quatro municípios fluminenses com propósitos comerciais – com acréscimo de blocos temáticos que atenderam à presente investigação. A pesquisa também retratou o exame de dados secundários sobre os municípios, colocando em tela contrastes e aproximações entre o mundo objetivo e mundo percebido (pelos eleitores). Analisamos, com os fragmentos da pesquisa aplicada, as percepções dos eleitores acerca do município, do governo em curso e das expectativas sobre características definidoras em uma candidatura idealizada – o que definimos como objetivação do *quadro*⁴ *reputacional*. Ao final, exemplificamos a aplicação do quadro reputacional ao analisarmos a identidade visual das campanhas eleitorais nos municípios pesquisados.

⁴ Trouxemos o termo “quadro” de variadas abordagens do comportamento eleitoral pela ciência política. O termo é aplicado como quadro referencial ou quadro de referência dos eleitores que orientam a decisão eleitoral. Em nossa perspectiva, longe de uma proposição cartesiana, o quadro faz referência ao emolduramento de uma ideia, a objetivação de um pensamento, a descrição das características de uma referência construída socialmente.

Capítulo 1

1 Uma conceituação de reputação na perspectiva pragmatista

O presente capítulo dedica-se ao exame do conceito de reputação na perspectiva pragmatista. Esse é o nosso ponto de partida para argumentar a reputação enquanto abordagem do comportamento eleitoral. Para isso, visitaremos conceitos teóricos imprescindíveis para nossa jornada: construção social das ideias (em linha com a proposição meadiana), percepção, imagem/imaginação. Com o apoio desses elementos teóricos, após a definição conceitual de reputação que emoldurará a tese, apresentaremos, no final do capítulo, nossa hipótese acerca da reputação aplicada ao campo eleitoral. Antes, no entanto, apresentamos nossa proposição em eixos analíticos, retratados a seguir.

1.1 Os quatro eixos de análise

Antecipando o que pretendemos fazer acerca do vínculo entre elementos teóricos e práticos, expomos a estruturação do nosso argumento em eixos de análise. Com o objetivo de tornar a exposição do capítulo mais aprazível para o leitor, e também para facilitar a estruturação de nosso exame, organizamos a pesquisa em quatro eixos. Esses eixos serão retratados na análise das pesquisas de campo, no entanto, sua exposição no início do presente capítulo tem por objetivo estaquear as relações entre a pesquisa e as discussões teóricas que serão colocadas em tela. O primeiro eixo retrata a relação com o *mundo objetivo* – a partir de um conjunto de características concretas e expressas em indicadores de domínio técnico definidores do cotidiano, sem considerar, necessariamente, as percepções específicas dos sujeitos. O *mundo percebido* (eixo 2) descreve o conjunto de apreensões e interpretações dos sujeitos sobre o mundo que os cerca – que, na perspectiva pragmatista, indica a construção social da realidade advinda de complexas interações sociais na construção da realidade cotidiana. O *quadro reputacional*⁵ (eixo 3) é definido por nós como o valor construído socialmente para julgar figuras políticas que se candidatam – definição que o leitor encontrará com mais detalhes neste capítulo. As campanhas eleitorais, por seu turno, elaboram um *mundo prometido* (eixo 4), a partir das apurações/interpretações de expectativas dos eleitores (a

⁵ Aplicamos o termo no singular como referência a uma realidade social específica. Defendemos a ideia de que cada comunidade de comunicação, cada segmento eleitoral (bairros, grupos sociais, denominações religiosas, confrarias etc.) constrói um quadro reputacional. Assim, de forma mais geral, o termo aplicado no plural indica a pluralidade de construções sociais possíveis.

dependem do grau de profissionalização e competência comunicativa). A **Figura 1** ilustra os eixos descritos:

Figura 1 – Eixos de análise da tese



Fonte: Elaborado pelo autor.

A seguir, descrevemos com mais detalhes o conceito de cada eixo que conduzirá nosso exame.

1.1.1 Mundo objetivo

O mundo objetivo existe e acontece independentemente das percepções dos sujeitos. É o mundo que se abre para as portas da percepção dos eleitores. Nesse sentido, o que denominamos aqui de *mundo objetivo* (diferente do conceito de *Lebenswelt* de Husserl⁶) retrata a realidade concreta nem sempre percebida pelos sujeitos. Independentemente das impressões dos eleitores, o *mundo objetivo* indica características observáveis - retratadas por pareceres

⁶ Collins (2009) descreve a contribuição do pensamento do filósofo alemão Edmund Husserl para a Escola Pragmatista, enquanto professor de Alfred Schutz. Esse último, professor de Peter Berger e Harold Garfinkel.

técnicos, estudos acadêmicos, estatísticas oficiais⁷ – nem sempre apreendidas pelos sujeitos. Muito se discute sobre as apreensões da realidade. No entanto, em muitos debates, o exame sobre a realidade concreta está ausente nas análises sobre a apreensão dos sujeitos. No pragmatismo, esse exame é absolutamente necessário – uma vez que a perspectiva das ideias enquanto derivadas da interpretação que os sujeitos fazem do mundo que os cerca é um dos diferenciais dessa tradição.

O *mundo objetivo* deve ser confrontado, nesse nosso exame, com o *mundo percebido* – dadas as possíveis semelhanças e diferenças práticas entre os conceitos. Nessa medida, damos relevo a um dos pressupostos da tradição pragmatista, o conceito de *ecologia humana*⁸ enquanto suporte analítico da relação do sujeito com o cotidiano. A exposição de características dos municípios, bem como da gestão pública municipal, reveladas por indicadores, características observáveis nem sempre apreendidas e descrições técnicas, é índice das condições de vida que se impõem ao cotidiano e que, de alguma forma, podem estimular a interpretação dos sujeitos e, em última instância, a construção social da realidade.

1.1.2 Mundo percebido

O ambiente cotidiano emite suas mensagens e os sujeitos as decodificam pela interpretação, pela *comutação de código*⁹. Partimos do conceito de apreensão da realidade da perspectiva pragmatista para indicar a ideia de *mundo percebido*. Esse eixo é composto pelo conjunto de percepções que projetam a construção social da realidade percebida¹⁰. Nosso exame sobre o *mundo percebido* tem como insumo entrevistas em profundidade, que sondaram, a nosso pedido, a relação dos sujeitos com o cotidiano. A descrição verbal pelos entrevistados apurada nas entrevistas, em nossa perspectiva, é índice de percepções sobre o cotidiano, a representação da construção social da realidade, o *mundo percebido*. Com isso, entendemos que a pesquisa qualitativa, enquanto método de sondagem da opinião dos sujeitos, é potencialmente capaz de apurar os *aspectos explícitos*, nos termos de Charaudeau (2012), que se apresentam como testemunha estrutural da linguagem em uma atividade de *simbolização*

⁷ As estatísticas oficiais, embora com embasamento técnico de um corpo profissional, pode retratar um discurso governamental sujeito a interesses e domínios políticos.

⁸ Eufrazio (2013) descreve algumas vertentes conceituais de Ecologia Humana que regeram estudos da Escola Sociológica de Chicago.

⁹ Jakobson (2010), a partir do exame da perspectiva de Peirce, defende o conceito de comutação de código (*code switching*).

¹⁰ Berger e Luckmann (2005), a partir da concepção pragmatista da consciência como intencional, desenvolve o conceito de construção social da realidade em face da relação dos sujeitos com o cotidiano.

referencial da realidade percebida. Esses aspectos explícitos, apurados nas entrevistas em profundidade, são regidos por *sentidos implícitos*, interno aos sujeitos, a *significação*¹¹. Voltando à perspectiva pragmatista, a interpretação da realidade que cerca o sujeito é um diferencial teórico, como retrataremos mais adiante, elaborado por Charles Sanders Peirce (1839-1914) e aplicado por George Herbert Mead (1863-1931) para o exame do campo social. As entrevistas em profundidade revelam, nas falas dos entrevistados, a interpretação sobre a realidade cotidiana que os cerca, conceituada, para nossos propósitos, de *mundo percebido*.

O cotidiano que cerca os sujeitos, composto da realidade concreta dos indicadores (socioeconômicos, demográficos, ecológicos), é descrito também por atributos que definem a gestão pública municipal. O mundo percebido sofre os efeitos de um governo, também percebido pelos sujeitos – não obstante os possíveis contrastes entre o governo real e o percebido. Nesse sentido, um componente adicional e potente para motivar a percepção sobre o mundo que cerca os sujeitos é a comunicação: a publicidade do governo; as *circulações*¹² de conteúdos das mídias tradicionais e das tecnológicas (incluindo as ações de *fake news*); as conversações e interações sociais; as *convocações*¹³ do jogo político: oposições e articulações. Processos comunicacionais têm papel fundamental na construção social da reputação governamental e da realidade vivida sob a égide de um governante. E, nesse campo comunicacional, no que tange às ações governamentais, um “sobrevoo” nos conceitos da retórica aristotélica (ARISTÓTELES, 2011) é um importante subsídio reflexivo para o nosso exame. Edificada em três espécies de provas, encontramos, na retórica aristotélica, algumas chaves analíticas para prescrutar posturas comunicativas governamentais: *ethos*, elementos argumentativos que visam gerir a imagem do enunciador; *pathos*, estratégias argumentativas que objetivam a mobilização de emoções favoráveis ao discurso, e *logos*, a lógica do discurso em si. A lupa aristotélica aplicada ao exame dos conteúdos discursivos dos eleitores indica

¹¹ Nos termos de Charadeau (2012), ao pontuarem problemas do mundo objetivo, os entrevistados indicam atividades do mundo objetivo (referência) e as qualificam (simbolização) – o que seria uma explicitação de um testemunho, uma experiência, uma apreensão e interpretação desse mundo. Essa explicitação, ainda nos termos de Charadeau, é regida por um sentido implícito. Com isso, o que é narrado (explícito) como crítica ao município nem sempre indica as motivações, dores, malefícios que assolam corpos e a psiquê dos entrevistados. Com o exposto, entendemos que, dada a dificuldade de cada entrevistado em traduzir a amplitude das percepções sobre o mundo objetivo, os argumentos apresentados são índices de razões mais profundas que emolduram as diversas condições cotidianas.

¹² A perspectiva de Carlón (2020) do conceito de circulação em tempos de “sociedade hipermediatizada” é providencial na análise de processos eleitorais contemporâneos.

¹³ No sentido das ações retóricas para convencimento do público. Na abordagem pragmatista, as ações provocam na audiência reações, na perspectiva de uma racionalidade substantiva. Já na perspectiva defendida por Prado (2013), a perspectiva de uma racionalidade instrumental é protagonista.

possíveis fragilidades e fortalezas retóricas que delineiam as apreensões do sujeito sobre o governo e o mundo percebidos.

A força histórica na formação política, social e cultural não é desconsiderada em nossa visada. No entanto, a perspectiva de construção social reconhece o contexto enquanto regente da formação social. O “aqui e agora” supera a força da memória. Essa visão, essência da proposição meadiana (MORRIS, 2010), também é utilizada por outras abordagens. Um exemplo é o pensamento de Laclau e Mouffe (2015), autores que não pertencem à Escola Pragmatista, mas que comungam (por razões distintas) com a ideia de que a construção social (da realidade em Mead ou da política em Laclau e Mouffe) sobrepõe-se à influência histórica.

1.1.3 Quadro reputacional

Escolhas e renúncias de opções eleitorais dependem, dentre outros fatores (ideologias, idiossincrasias, fabulações, identificações), das apreensões sobre o *mundo percebido*, assim como da percepção de performance do governo em exercício. Nesse ponto, chegamos ao centro de nosso exame: o *quadro reputacional* (características requeridas para um candidato), enquanto subsídio para o exame que o eleitor faz acerca das opções eleitorais. O *quadro reputacional*, ou o conjunto de atributos que compõem a reputação requerida, é o parâmetro que os eleitores edificam socialmente, em face do que percebem na realidade, para julgar (também em processos de interação social) as candidaturas que se apresentam. O *quadro reputacional* é, assim, a objetivação das características necessárias sobre um político potencialmente capaz de transformar o mundo percebido.

Oxalá pudéssemos adentrar à mente dos entrevistados e extrair diretamente os repertórios informativos. Pretensão que, mesmo que fosse possível, seria imprópria dadas as garantias de privacidade. Trabalhamos com as possibilidades e apoios metodológicos. Assim, acessamos, por aspectos explícitos, os sentidos implícitos (CHARAUDEAU, 2012), examinamos as apreensões mentais (o sentimento dos sujeitos pela objetivação peirceana (SANTAELLA, 2018) observadas de forma concreta nas entrevistas em profundidade. Não obstante as possíveis dificuldades de verbalização dos sujeitos, que podem não retratar com perfeição as próprias ideias –, o conteúdo discursivo representa a *enciclopédia mental* derivada da interpretação e construção social da realidade. No exame das entrevistas em profundidade, buscamos padrões que evidenciem apreensões, depuradas em múltiplos processos interacionais, que expressem o mundo da vida percebido pelos eleitores. E, ao observar os conteúdos,

entendemos a presença da máxima epistemológica: “Onde existir um padrão existe significado (...)” (WATZLAWICK; BEAVIN; JACKSON, 2007, p. 33). Em outros termos, ao verificarmos a presença de padrões discursivos nas entrevistas em profundidade, reconhecemos possíveis efeitos da construção social por intermédio de interações – na construção social do *quadro reputacional*.

1.1.4 Mundo prometido

Entendemos que são possíveis múltiplas aplicabilidades do *quadro reputacional* (uma vez conhecido): desde o planejamento de uma campanha política à produção científica sobre o comportamento dos eleitores. Não desconsiderando as diversas possibilidades de aplicação, de forma a reduzir a nossa defesa a apenas uma delas, propomos o exame de identidades visuais de campanhas – como uma forma de verificação do uso do *quadro reputacional*, possivelmente reconhecido pelos seus operadores. O quarto eixo se dedica à análise de peças de comunicação das candidaturas (identidades visuais¹⁴), com o objetivo de examinar o quanto as campanhas se ajustam à *reputação requerida*. Esse eixo é acessório para nossa proposição, não fundamental para nossa tese. O que pretendemos verificar é a possibilidade de campanhas (com estruturas de comunicação e pesquisa) e de candidaturas (com possível sensibilidade aplicada na análise de demandas em interações com eleitores) apurarem elementos do *quadro reputacional* investigado na tese. Não temos intenção de comparar os métodos de coleta de informação da tese com as possibilidades de apuração das campanhas – uma vez que não estão disponíveis informações de como (e se) essas apurações foram realizadas. No entanto, acreditamos que os aparatos partidários e das campanhas são potencialmente capazes de apreenderem informações acerca das expectativas dos eleitores.

Para esse exame, contaremos com aparatos teóricos de Charadeau (2006) sobre o discurso político e os conceitos peirceanos aplicados à publicidade por Santaella (2018). Quanto às imagens, contaremos com contribuições teóricas e de manuais de *design* para avaliar cores (WITTGENSTEIN, 2011; HELLER, 2013; FARINA; PEREZ; BASTOS, 2011; FRASER;

¹⁴ Reconhecemos que a comunicação política vai muito além da identidade visual. Assim, entendemos que muitos outros fatores do campo da comunicação, da candidatura e outras circulações, são potencialmente capazes de mobilizar audiências e atenções dos eleitores. Nosso exame das identidades visuais das candidaturas apresentadas nos municípios estudados tem por objetivo analisar, nos traços gerais da comunicação das candidaturas, possíveis contiguidades com o quadro reputacional edificado socialmente.

BANKS, 2007) e aspectos tipográficos (SPIEKERMANN, 2021; HOLLINS, 2016; HOCHULI, 2013; FARIAS, 2013; LEEUWEN; KRESS, 2021).

1.2 Conceitualização de reputação em uma perspectiva pragmatista

Nossa proposição está endereçada na perspectiva pragmatista da construção social da realidade. Assim, é mister apontar, ainda que de forma sumária, e detalhadamente mais adiante, o papel e o lugar da perspectiva pragmatista no pensamento social e nos estudos da comunicação. Em um exame sobre o pensamento social, Randall Collins (2009) aponta quatro tradições sociológicas modernas e seus domínios teóricos, como descrito no seguinte fragmento:

A partir da *tradição do conflito*, podemos apreender a dinâmica da ideologia da legitimidade, as condições de mobilização dos grupos de autointeresse e a economia da cultura. Para a tradição do conflito, as ideias são armas e sua posse é determinada pela distribuição dos recursos sociais e econômicos.

Com a *teoria racional-utilitarista*, aprendemos sobre a natureza limitada da capacidade humana de processar informações, sobre as limitações da racionalidade e sobre os paradoxos da escolha cognitiva.

Com a *tradição durkheimiana*, aprendemos que os rituais produzem não apenas solidariedade, mas também os símbolos que usamos para pensar. Nossas mentes são moldadas por ideias infundidas com o poder moral dos grupos aos quais pertencemos. Nosso pertencimento a uma sociedade determina aquilo que acreditamos como sendo real, na medida em que impõe uma sanção moral à necessidade de acreditar nessas coisas e impõe uma condenação moral quando duvidamos dessas crenças.

Com a *tradição microinteracionista*, aprendemos que a sociedade está na própria mente. Nossas conversas e nossas experiências cotidianas constroem nossa própria percepção acerca da realidade social (COLLINS, 2009, p. 14, grifos do autor).

Embora a proposição categórica de Collins seja expositiva, sem adentrar nos impasses de toda sorte que os possíveis debates entre as tradições impõem, é possível que a segmentação produza discordâncias na avaliação do leitor. No entanto, nosso propósito é desenvolver a defesa da tradição microinteracionista, em que a perspectiva pragmatista é fundante, sem penetrar nas argumentações de outras tradições sociológicas. Assim, centraremos atenção na distinção e fundamento da proposição microinteracionista: concepção da construção social das ideias. Com isso, fincamos a primeira bandeira da perspectiva conceitual que buscamos: *reputação é um valor construído socialmente*. Detalharemos melhor a perspectiva teórica pragmatista no Capítulo 2.

1.2.1 Conceito de reputação

Em nossa perspectiva, o campo da reputação é formado por dois elementos. De um lado, a reputação enquanto valor - consubstanciadora de padrões e atributos para uma categoria de objeto, definidos nas interações sociais. Do outro, a reputação atribuída socialmente a um objeto específico – a partir da comparação com os padrões estabelecidos mutuamente. Por questões práticas, faremos referência a esses dois conceitos, respectivamente, como: *quadro de referência* e *reputação* (denominada “imagem” por muitas abordagens) – que retrataremos enquanto conjunto como *campo reputacional*. É preciso ainda salientar que o primeiro elemento, *quadro de referência reputacional*, é o que compõe a nossa hipótese de pesquisa, como será retratado mais adiante.

Assim, a reputação sobre um objeto é fruto do julgamento perceptivo em face da comparação com o *quadro reputacional* (padrões). De outro modo, uma *comunidade comunicativa*¹⁵, em posse das habilidades cognitivas para apreensão de informações (sobre o ambiente, sobre categorias de objetos, sobre objetos, sobre outros indivíduos) cria os padrões que devem compor a reputação para uma categoria de objetos – a esse conceito denominamos *quadro reputacional*. Uma vez edificado o *quadro reputacional*, indivíduos, em processos interacionais, estão aptos (embora, em muitos casos, inconscientemente) para avaliar a reputação sobre um objeto particular. Por fim, nossa tentativa de sintetizar o conceito de reputação pode ser traduzida da seguinte forma: *reputação é o julgamento público (intuitivo ou verbalizado) de um objeto em face de padrões (quadro reputacional) construídos socialmente para a categoria a que esse objeto pertence*.

1.2.2 Hipótese de pesquisa

Em face das argumentações anteriores, apresentamos a seguir nossa hipótese de pesquisa, que conduz a investigação. Embora os dois elementos do campo reputacional sejam inseparáveis, no que se refere à análise da reputação sobre um objeto particular, nossa hipótese dedica-se apenas ao primeiro elemento: *quadro reputacional*. No entanto, investigar a relação entre os dois elementos no campo dos processos eleitorais é imprescindível. Propomos, assim, investigar a construção social dos quadros de referência reputacionais.

¹⁵ Retrataremos esse conceito cuidadosamente mais adiante.

Com base nos elementos acima, e nas considerações acerca da conceituação da reputação, apresentamos nossa hipótese de pesquisa. Cabe, no entanto, lembrar as conclusões pontuadas no desenvolvimento do presente capítulo, que utilizamos para conceituar reputação – ou o campo reputacional enquanto conceito agregador dos elementos que propomos –, a saber: a) o campo reputacional é fruto de um pensamento, de uma ação intencional; b) o campo reputacional é um valor construído socialmente nas interações intersubjetivas; c) o campo reputacional é constituído por relações sýgnicas que se apresentam à percepção, promovidas pela relação do sujeito com o ambiente cotidiano e as interações sociais. Em face das considerações amparadas nos eixos teóricos que serão retratados, apresentamos nossa hipótese investigativa: *os eleitores, em processos de eleição municipal para o Executivo, como forma de sustentação do pensamento enquanto ação intencional (da orientação das escolhas e consequente decisão do voto), elaboram quadros de referências reputacionais em conjunto com outros eleitores, em variados processos de interação, que levam em consideração as expectativas e interpretações da realidade do mundo objetivo, para julgarem a reputação sobre candidaturas específicas.*

1.3 Elementos teóricos pragmatistas para a conceitualização da reputação

Em face da proposição da tradição microinteracionista, podemos dizer que reputação, antes de tudo, é um valor construído socialmente - assim como no caso do quadro reputacional proposto. Como veremos no Capítulo 2, a tradição microinteracionista nasce com o pragmatismo norte-americano, derivado do pensamento seminal de Charles Sanders Peirce e William James – impulsionados pelo objetivismo do pensamento sociológico alemão. Veremos também quais outras contribuições e influências pavimentaram o trajeto dessa tradição. Assentar a definição conceitual de reputação na perspectiva da construção social das ideias requer minimamente alguns traços iniciais que esbocem e caracterizem o referencial teórico. Dedicaremos algum esforço em argumentar tais traços teóricos de sustentação.

O primeiro traço que destacamos é a proposição peirceana sobre a consciência, o campo cognitivo. Levine (1997) pontua o princípio fundamental do pensamento de Peirce, pilar edificador da tradição pragmatista: “o pensamento é essencialmente uma ação intencional” (LEVINE, 1997, p. 227). Além dos elementos fundantes de sua proposição, a tese peirceana¹⁶

¹⁶ Collins (2009) aponta a distinção entre Peirce e outros pragmatistas que o sucederam: “A diferença fundamental entre Peirce e os pragmatistas posteriores era a de que ele era muito mais centrado na ciência e muito menos favorável à religião do que eles” (COLLINS, 2009, p. 211). Aprofundaremos mais essas distinções no Capítulo 2.

sobre a cognição estabelece os afastamentos conceituais de outras tradições, em especial do cartesianismo e do empirismo. Santaella (2012) descreve, no seguinte fragmento, a ênfase cognitivista do pensamento de Peirce: “Conhecida como uma teoria dos signos, a semiótica peirceana, mais do que isso, é uma teoria sígnica do conhecimento. Interessava a ele, através da semiótica, entender como se dá, como se processa a cognição” (SANTAELLA, 2012, p. 75). Mas, afinal, em que esse traço contribui para nossa argumentação? A própria relação com o conceito de cognição descreve o elemento que buscamos nessa referência teórica. Podemos afirmar, por enquanto sumariamente, que *a reputação é fruto de um pensamento, de uma ação intencional* – portanto, não é um valor herdado ou inato.

O segundo traço da perspectiva teórica microinteracionista é o interacionismo. Como veremos mais detalhadamente no próximo capítulo, a contribuição de George Herbert Mead é também essencial para a tradição microinteracionista. Mead parte da construção ternária de Peirce¹⁷, como argumentado no seguinte fragmento por Collins:

Mead assimilou o sofisticado modelo de três elementos proposto pela teoria do significado de Peirce. É essa reflexividade, afirma Mead, e não qualquer identidade sobrenatural tal como a alma, que torna alguém humano (COLLINS, 2009, p. 217).

A adaptação do pragmatismo à teoria social foi desenvolvida por John Dewey e Mead – pensadores neo-hegelianistas, parceiros de produção intelectual –, que partem da tradição alemã para encontrar os conceitos pragmatistas defendidos por Peirce em dimensões sociais.

A proposição de Mead produziu muitos discípulos, dentre os principais Herbert Blumer – que, na interpretação de sua obra, lançou a alcunha de Interacionismo Simbólico¹⁸. Blumer traduz o pensamento de Mead a partir de múltiplos e complexos processos de interação – que serão retratados com devido detalhamento no Capítulo 2. A tradução de Blumer acerca do pensamento de Mead pode ser sumariamente descrita da seguinte forma: os indivíduos formam suas ideias, em posse de faculdade cognitivas, nos processos de interação intersubjetiva. Assim, no pensamento de Mead, encontramos o segundo traço que subsidia nossa jornada de conceituação: *a reputação é um valor construído socialmente nas interações intersubjetivas*.

A partir desses traços da perspectiva microinteracionista, não obstante outras contribuições que retrataremos em nossa argumentação, podemos retornar ao objetivo de visitar

¹⁷ Veremos, no próximo capítulo, que Peirce estrutura seu pensamento em uma tríade conceitual: qualidade, objetivação e moderação.

¹⁸ A proposição de Blumer não agradou muitos dos discípulos de Mead.

o primeiro dos conceitos teóricos que subsidiarão nossa empreitada da conceituação de reputação: a construção social das ideias.

1.3.1 Construção social das ideias

O que se convencionou chamar de “Sociologia da Consciência”, arregimentando pensadores como Schutz e Garfinkel (etnometodologia), tem, em suas fileiras, Peter Berger e Thomas Luckmann (BERGER; LUCKMANN, 1985). Collins apresenta o que denomina “linhagem filosófica” do conceito de construção social da realidade, que tem em Berger e Luckmann seus precursores:

Tanto Garfinkel quanto Berger e Luckmann tornaram a história intelectual da sociologia muito mais complexa. Ambos fincaram suas raízes na obra do filósofo alemão Edmund Husserl, que antes disso nunca fora considerado parte da tradição sociológica, nem por ele mesmo nem por qualquer pessoa. Husserl foi contemporâneo de Cooley e Mead e sua obra se estendeu entre as décadas de 1890 e 1930. Seus discípulos mais famosos foram os filósofos existencialistas Martin Heidegger e Jean-Paul Sartre. Agora, repentinamente, a história estava sendo redefinida, de forma que esses autores passavam a fazer parte da tradição sociológica. Isso certamente foi uma construção – ou reconstrução – da realidade social! No entanto, havia alguma lógica nisso. Outro aluno de Husserl foi Alfred Schutz, que em 1930 fugiu dos nazistas e acabou lecionando na New School for Social Research, em Nova Iorque, uma instituição fundada em torno de intelectuais alemães imigrantes. Em 1950, tanto Berger quanto Garfinkel seguiram as aulas de Schutz na New School. Portanto, quando a etnometodologia e a fenomenologia social emergiram no final da década de 1960, Schutz também foi ressuscitado, tendo seus artigos publicados e sendo colocado no panteão histórico (COLLINS, 2009, p. 226).

A recuperação histórica da “linhagem filosófica” da construção social da realidade coroa o protagonismo da fenomenologia de Husserl. Berger e Luckmann propõem o conceito da construção social da realidade em processos de interação e interpretação do “mundo da vida” – conceito de Husserl. Para os autores, a percepção da realidade social é fruto da construção coletiva. Por esse caminho, seguiu também Garfinkel, ao considerar que o receptor é protagonista do processo comunicativo enquanto interpretante. Dessa forma, ao contrário do que apregoa o determinismo social durkheimiano, os sujeitos não são vítimas da ilusão sobre a participação na construção de ideias e nas interpretações acerca do mundo da vida, mas participantes ativos da construção de significados. O modo de existência do sujeito, como determinante das modalizações discursivas, elabora o cenário dos sentidos que a mensagem pode produzir. Essa perspectiva considera o interagente de forma não passiva.

Diante dessa abordagem, em que as ideias não são inatas, herdadas ou impostas, guardadas as possibilidades de fenômenos idiossincráticos, a reputação – enquanto valor que consubstancia padrões e atributos – inscreve-se como produto da construção social, da realidade percebida. Na perspectiva microinteracionista, a relação do sujeito com o mundo vivido e a participação nas interações intersubjetivas promovem a possibilidade de construção de valores e padrões que definem as referências de reputação para dada categoria de objeto¹⁹ – concreto ou imaginado.

Louis Quéré é um pensador francês, pragmatista contemporâneo, alinhado ao pensamento de Mead e ao conceito de etnometodologia de Garfinkel. Nosso exame da perspectiva de construção social das ideias encontra, na contribuição do paradigma praxiológico de Quéré, um elemento essencial para a conceituação da reputação:

Parece-me, de fato, que é possível opor, esquematicamente, duas grandes concepções da comunicação. Uma é “epistemológica”, no sentido em que ela opera em termos de produção e transferência de conhecimento sobre o mundo e as pessoas; ela diz respeito, de modo geral, ao esquema da representação. A outra é “praxiológica” e refere-se ao esquema da constituição de um mundo comum pela ação ou, como se diz às vezes em ciências sociais, do esquema da “construção social da realidade”. Parece-me que somente a segunda concepção é suscetível de alimentar a mudança de paradigma virtualmente associado à abordagem comunicacional dos fenômenos sociais (QUÉRÉ, 2018, p. 18).

Quéré apresenta sua proposição com uma motivação especial: oposição ao conceito cartesiano das ideias inatas. Motivação que também moveu Peirce em seu alinhamento inicial com o pensamento de Kant (Levine, 1997). Quéré confronta, dessa forma, o paradigma da comunicação como processo de transmissão de informações. Essa perspectiva crítica também está presente nos argumentos de Habermas – outra referência para o pensamento de Quéré – sobre a distinção entre dois tipos de ação social, “ação estratégica” e “ação comunicativa”²⁰. A partir dessa oposição ao modelo “epistemológico”, Quéré apresenta a proposição praxiológica: elaborada a partir da construção intersubjetiva da objetividade, da expressão, da linguagem e

¹⁹ A noção de objeto na perspectiva pragmatista é descrita por Santaella: “Tanto quanto o próprio signo, o objeto do signo também pode ser qualquer coisa de qualquer espécie. Essa ‘coisa’ qualquer está na posição de objeto porque é representada pelo signo” (SANTAELLA, 2018, p. 8).

²⁰ Habermas (1996) descreve a ação estratégica (instrumental) como uma relação social que ambiciona o êxito como prêmio e é operado com critérios de racionalidade/intencionalidade do comunicador. Assim, o agente da ação racional lança mão de um participante como meio para alcance do êxito. A manipulação do agente é a principal prática desta ação, segundo Habermas. Outro tipo de ação social descrita pelo autor é a ação comunicativa, com a participação de minimamente dois agentes com capacidades linguísticas - com racionalidade aplicada ao uso de argumentação orientada para o entendimento comum (tema central de Habermas).

da cognição, é a construção do mundo pela ação conjunta dos agentes. Ao contrário do dualismo “epistemológico”, o modelo praxiológico, com essência “organizante”, se estabelece por intermédio da intersubjetividade prática mediada por modos simbólicos. O modelo praxiológico propõe a busca da construção colaborativa pela interação entre os agentes. Nessa perspectiva, a comunicação é tratada como protagonista no processo de elaboração conjunta das ideias, do mundo comum.

(...) a comunicação é tratada nesse paradigma como lugar da constituição social dos fenômenos que a análise social se propõe a descrever e explicar; como meio do qual emergem e se mantêm os objetos e os sujeitos, os indivíduos e as coletividades, o mundo comum e a sociedade. (...) a abordagem comunicacional se apresenta como uma alternativa crítica à tradição “epistemológica” que herdamos do século XVII (QUÉRÉ, 2018, p. 17).

Essa visibilidade se estabelece pelas percepções do “fazer efetivo” e acessa os estados internos, o “querer fazer” dos agentes. Para Quéré, a combinação entre gestos e ações verbais possibilita a convergência perceptiva entre o “querer fazer” e o “fazer efetivo”. Essa abordagem distingue o sujeito em sua participação no ato social – parte da distinção dicotômica do sujeito engajado-desengajado. É no engajamento do sujeito na ação social que o conhecimento aflora. A “atividade organizante” da interação torna os atos mutuamente manifestos: “Esses são, poderíamos dizer, fatos e propriedades encarnadas em interações situadas.” (QUÉRÉ, 2018, p. 30).

Outro aspecto da construção do mundo comum em Quéré é o que ele denomina de “caráter encarnado da compreensão comum”. Esse segundo aspecto emerge da construção do primeiro. O mundo comum construído, palco da ação conjunta situada, promove a “visibilidade” ambiental dos sujeitos no processo da interação, das coisas pertencentes à ambiência do contexto interacional, da categorização da ação em especificidade. A construção do mundo comum envolve elementos fundamentais na perspectiva comunicacional de Quéré: “visualização” da ambiência por intermédio da ação coletiva²¹ interacional.

É pela mediação desse ambiente ou desse mundo a partir do qual a ação se dota para se concretizar, que a intencionalidade que estrutura a ação se torna manifesta, e que a ação pode ser relacionada às intenções e as motivações dos sujeitos. É assim que uma “subjatividade-origem” da ação pode ser construída

²¹ Cabe destacar as diferenças entre o conceito de ação coletiva de Quéré (ação mútua acordada entre os sujeitos envolvidos no ato social) e o da perspectiva dos defensores da teoria econômica da democracia (ação de cada indivíduo em face do que percebe sobre a ação dos outros indivíduos).

interacionalmente pela mediação da construção intersubjetiva de um mundo objetivo e vice-versa (QUÉRÉ, 2018, p. 31).

Para Quéré, a linguagem se apresenta nas articulações e expressões de sentimentos e emoções. Além da linguagem, a distinção entre o modelo “epistemológico” (informacional) e o modelo praxiológico (comunicacional) se dá também em outros aspectos: *da publicização, da expressão e da interação comunicativa*. A noção de espaço público em Quéré parte da constituição do mundo comum para alcançar o processo de publicização. A interação no mundo construído promove a ação situada, que é manifesta como expressão da realidade mutuamente construída.

Destaquei o caráter constituído do espaço público, assim como o fato de que a publicidade que o caracteriza não pode ser reduzida à visibilidade relativa a um ponto de vista do observador monológico, uma vez que ela é uma visibilidade socialmente organizada e construída. (...) além da manifestação se relacionar a uma atividade organizante, em particular à construção conjunta de um ponto de vista comum (sempre no sentido operacional do termo) e à adoção de uma perspectiva do outro generalizado sobre as ações e os acontecimentos, o devir público ou manifesto de uma ação, de um pensamento, de uma intenção, mas também de um objeto ou de um acontecimento – ou seja, seu aparecer – representa o próprio movimento pelo qual eles adquirem suas determinações para todos os fins práticos (QUÉRÉ, 2018, p. 34).

A publicização é fruto, não do sentido encarnado (preexistente), mas do “querer dizer” mutuamente e das perspectivas comunicativas eleitas pelos participantes. Entram em cena a interpretação dos agentes, dos acontecimentos e significados apreendidos, insumos para projeções de expectativas com base em emoções, opiniões e escolhas. O sujeito que apreende o fato/objeto aplica sua interpretação/sentido em uma “comunidade de comunicação” e incorpora a perspectiva pública apreendida nas interações. Essa posição de Quéré está em linha com a abordagem interacionista de Mead, na perspectiva de dupla afetação dos interagentes. De uma forma geral, para reforçar o conceito de construção social das ideias, o autor estrutura sua crítica em quatro premissas: 1) na ideia de que o desafio da comunicação é fundamentalmente cognitivo (conversão do ambiente cognitivo dos agentes); 2) na convicção do *sujeito epistemológico* cujo espírito é o *espelho da natureza* (perspectiva do observador); 3) na concepção factual da subjetividade (o sujeito epistemológico com estados intencionais preexistentes que modelam comportamentos e gestos); e 4) na aplicação da perspectiva dualista à linguagem, que teria a função apenas de construir representações adequadas às ideias preexistentes (suscetíveis ao julgamento de veracidade).

A concepção de Mead sobre a interação entre organismos (termo que o pensador utiliza como sinônimo de indivíduos, sujeitos etc.), em face das formações da identidade dos envolvidos, entende que o conceito de *gesto* tem papel superlativo. “É o gesto que torna possível as respostas apropriadas dos diferentes organismos engajados nesse processo (FRANÇA, 2008, p. 76). O estímulo realizado por um organismo promove respostas no outro organismo interagente e no próprio autor do estímulo: é a dupla transformação dos organismos pela interação no bojo da edificação do processo social.

A situação primitiva é a do ato social que envolve a interação de diferentes formas que, portanto, envolve o ajustamento da conduta dessas diferentes formas entre si, na execução do processo social. No bojo desse processo, podemos encontrar o que chamamos de gestos, aquelas fases do ato que desencadeiam o ajustamento da resposta à outra forma. Essas fases do ato contêm atitudes tal como o observador a reconhece e também o que chamamos de atitude interior (MORRIS, 2010, p. 56).

Mead categoriza um *gesto* pela qualidade que o caracteriza: a significação. A comunicação é edificada na transformação de gestos em símbolos, em linguagem – *gesto* que carrega em si um significado, “gesto significante” ou “símbolo significante”. O *gesto significante* é o mecanismo que possibilita as respostas dos organismos, que convoca e é estímulo para tais respostas. O autor considera que o simples *gesto*, ao se transformar em *gesto significante*, opera como responsável pelo ajustamento entre os sujeitos no ato social – o amoldamento das respostas na dupla transformação dos interagentes.

Com o que foi argumentado até aqui, repousamos nossa abordagem conceitual do campo da reputação, conjugado por seus dois elementos retratados (*quadro reputacional* e a reputação atribuída socialmente a um objeto), nos braços da perspectiva da construção social das ideias comuns. Embora a abordagem microinteracionista mereça mais detalhamento, o que será feito no próximo capítulo, para os propósitos da conceitualização que buscamos, o que aqui foi exposto contribui para a afirmação de que *o campo reputacional é um produto da construção social*.

1.3.2 Perspectiva pragmatista da percepção

O conceito de percepção é fundamental para a presente discussão. Tanto a participação do sujeito na construção de ideias comuns quanto o ato de atribuir valor a um objeto (reputar) são indissociáveis da fenomenologia da percepção. Na tradição microinteracionista, busca-se

referências teóricas na produção de Peirce sobre o conceito de percepção. Santaella (2012) assumiu essa empreitada complexa ao buscar aproximações entre as teorias de James J. Gibson, Merleau-Ponty e Peirce – no curso da investigação, a autora conclui que as teorias se complementam. Santaella justifica o percurso de sua investigação:

(...) até recentemente, as teorias da percepção, no século XX, pareciam ter perdido o interesse em desvendar os processos cognitivos que estão por trás e que são responsáveis pelas operações de reconhecimento, identificação, memória, previsibilidade, em síntese, habilidades mais propriamente cognitivas, que explicam por que as coisas que estão lá fora, no mundo, chegam até nós de modo que nos é compreensível. (...) Enfim, chegou a hora de colocar em relevo teorias mais holísticas, que são capazes de unir as várias pontas dos processos cognitivos, fazendo jus aos seus aspectos ontológicos, epistemológicos, psíquicos, corporais e ecológicos. Além disso, diante da indiscutível importância do papel ocupado pela percepção nos estudos das mídias, na filosofia, na antropologia evolutiva, na psicologia e em todas as ciências que compõem o feixe da ciência cognitiva, cumpre chamar à evidência as teorias que se apresentam como mais poderosas para dar conta das necessidades de respostas multiniveladas e multiorientadas que o contexto atual apresenta. Encontrei na fenomenologia da percepção de Merleau-Ponty, na ecologia da percepção de J. J. Gibson e na semiótica da percepção de Peirce fortes candidatas a preencher as condições requeridas (SANTAELLA, 2012, p. 4).

O ponto de partida investigativo justificado pela autora é a similaridade dos três autores: contribuições originais que fogem dos dualismos, sobretudo o cartesiano (relação dual entre sujeito e objeto), e a crítica “aos impasses ontológicos e epistemológicos do passado e que, com referência à percepção, expressam-se no subjetivismo, no mentalismo, no mecanicismo e na causalidade linear” (SANTAELLA, 2012, p. 139). Na perspectiva de complementariedade entre as abordagens, a autora traz como principal contribuição de Merleau-Ponty as zonas pré-reflexivas da consciência²²: “Segundo M-P, em vez de começar com a ideia de sujeito e objeto, deve-se voltar-se à experiência pré-reflexiva e, então, descrever suas características por meio da reflexão” (SANTAELLA, 2012, p. 28).

Já de Gibson, Santaella traz o conceito de ecologia enquanto principal contribuição²³: a relação do mundo lá fora enquanto produtor de informações e a percepção entendida como habilidade de apreender tais informações.

²² Santaella (2012) sobrepõe essa contribuição à lógica ternária peirceana. Para a autora, as zonas pré-reflexivas equivalem ao conceito de primeiridade em Peirce. A melhor compreensão da tríade peirceana encontra-se em Santaella (2018).

²³ Em complemento ao enunciado da nota anterior, a contribuição de Gibson é associada à noção de secundidade de Peirce.

O sistema perceptivo está em sintonia com as variações e invariantes do ambiente, uma informação que é ativamente buscada pela interação. Para Gibson, o ambiente contém informação objetiva na forma de invariantes que permitem o reconhecimento de propriedades das superfícies, objetos e assim por diante (*Ibidem*, p. 47).

A partir da teoria ternária de Peirce, Santaella aponta o signo como contribuição dominante na complementariedade entre os autores. Em termos peirceanos, o signo é o julgamento da percepção²⁴. O sujeito, diante de um fenômeno, tem, na percepção, a habilidade de apreender significados. É a mediação do objeto com o interpretante (relação objeto-interpretante) a função de generalidade do fenômeno, que sugere como símbolo a propriedade de lei. Segundo Santaella, é na etapa da relação objeto-interpretante que o signo completa sua ação.

É na relação com o interpretante que o signo completa sua ação como signo. É apenas nesse ponto que ele age efetivamente como signo. Entretanto, quando o signo é interpretado, esse ato embute os outros dois aspectos do signo: o de seu fundamento e o da sua relação com o objeto (SANTAELLA, 2018, p. 37).

Em outro fragmento, Santaella argumenta com mais elementos a questão do julgamento perceptivo: “Penso que a percepção é o processo mais privilegiado para colocar de frente de nosso pensamento o estofo dos três elementos de que somos feitos: o físico, o sensório e o cognitivo. O papel cognitivo na percepção é desempenhado pelo julgamento perceptivo” (SANTAELLA, 2012, p. 113).

A autora, no exame acerca da percepção, aplica a lógica triádica peirceana como moldura na complementariedade dos três autores analisados. Embora (assim como Peirce) reconheça a presença do falibilismo, conceito que apregoa a possibilidade de falha de um método avaliativo. A perspectiva pragmatista da percepção é a da habilidade de detectar informação. Essa perspectiva confronta abordagens teóricas dominantes: sobretudo a noção determinista estímulo-resposta. O que se propõe como ponto de partida, em oposição a herança, dogma, inatismo, é a fenomenologia na função de “elucidar as origens perceptivas da nossa experiência real” (SANTAELLA, 2012, p. 19).

Essas reflexões contribuem para a noção tanto da construção social do *quadro reputacional* quanto para a sua aplicação em um objeto específico. O conceito do campo da percepção, na perspectiva triádica de Peirce – que não desenvolveremos em profundidade –,

²⁴ Contribuição associada ao conceito de terceiridade de Peirce.

confere protagonismo à experiência dos sujeitos com o mundo, com os objetos, com os processos intersubjetivos. Negando a noção de imposição das ideias, Santaella (2021), ao examinar o pensamento de Merleau-Ponty sobre percepção, argumenta sobre o sentimento na relação do observador com o fenômeno: “Sentir vem da coexistência com algo, de abrir-se a esse algo e torná-lo nosso, antes de qualquer reflexão ou ato pessoal. (...) Sentir é uma atividade anônima com final em aberto, anterior e pressuposta por nossa existência pessoal” (SANTAELLA, 2012, p. 29). A construção social do campo da reputação vem da experiência dos indivíduos com os fenômenos e das interações com outros indivíduos, experimentadas semelhantemente.

Assim, esse segundo elemento teórico (percepção), que usamos para acessar o terreno da perspectiva microinteracionista e fincar as estacas conceituais do campo da reputação, proporciona mais uma afirmação que comporá ao final o conceito que perseguimos: *o campo da reputação é constituído por relações sîgnicas que se apresentam à percepção, promovidas pela relação do sujeito com o ambiente cotidiano e as interações sociais.*

1.3.3 Perspectiva pragmatista da imagem/imaginação

Essa terceira contribuição teórica pragmatista, embora ofereça importantes pontos de contato para o primeiro elemento do campo da reputação, *quadro reputacional*, é ainda mais potente para as reflexões acerca do segundo elemento, a reputação conferida a um objeto em particular. Santaella (2001) explica o conceito da imagem como representação:

O mundo das imagens se divide em dois domínios. O primeiro é o domínio das imagens como representações visuais: desenhos, pinturas, gravuras, fotografias e as imagens cinematográficas, televisivas, holo e infográficas pertencem a esse domínio. Imagens, nesse sentido, são objetos materiais, signos que representam o nosso meio ambiente visual. O segundo é o domínio imaterial das imagens de nossa mente. Nesse domínio, imagens aparecem como visões, fantasias, imaginações, esquemas, modelos ou, em geral, como representações mentais. Ambos os domínios da imagem não existem separados, pois estão inextricavelmente ligados já na sua gênese. Não há imagens como representações visuais que não tenham surgido de imagens na mente daqueles que as produziram, do mesmo modo que não há imagens mentais que não tenham alguma origem no mundo concreto dos objetos visuais (SANTAELLA, 2001, p. 15).

Santaella indica que esses domínios da imagem se referem aos conceitos de signo e representação – temas de estudo, salienta a autora, da semiótica e da ciência cognitiva. Em uma mesma direção, acessando Jean-Paul Sartre (fonte de contribuições expressivas para os elaboradores do conceito de construção social), Wilson Gomes apresenta sua argumentação acerca da imagem²⁵ – em uma aproximação com o tema político.

Com efeito, um objeto, uma corporação ou um ator político, podem ser representados – e normalmente o são – do ponto de vista gráfico, visual, icônico. Desse modo obtemos sua imagem plástica ou representação visual. Além disso, esses mesmos objetos podem também ser representados por nós – e com frequência o são – através de figurações mentais e assim temos um outro tipo de imagem a imagem mental (Sartre 1986 e 1989). As imagens plásticas ou visuais podem ser, portanto, tanto gráficas quanto mentais. Em ambos os casos, a visualidade é decisiva. Para complicar a história, pelo menos no caso das imagens gráficas, mas não raramente no caso das imagens mentais, podemos ter fenômenos de natureza social, pior ainda, de natureza pública, pois para que linhas e cores dispostas sobre uma superfície sejam consideradas imagem de algo são necessárias convenções sociais, simbolizações de algum modo contratadas socialmente (...) (GOMES, 2007, p. 248-249).

Gomes apresenta o conceito de “imagem pública” – em distinção ao conceito de “imagem visual”. Em outro fragmento, salienta que a imagem verbalizada pela circulação de conteúdos distingue-se da produzida comunitariamente.

A imagem pública nos chega como nos chega o mundo: mediado pelo sistema institucional e expressivo da comunicação, instrumento predominante onde e por onde se realiza a visibilidade social. Novos instrumentos de produção, gerenciamento e circulação de imagem, praticamente fora do controle direto dos indivíduos e dos grupos de convivência, transformam qualitativamente o próprio objeto “imagem pública”. A comunicação de massa, que é também sujeito de interesses sociais e, às vezes, políticos, organiza e cifra os materiais que nela circulam segundo lógicas e princípios muito específicos. Ademais, seus princípios, lógicas e interesses interferem necessariamente como selecionadores, estruturadores e disseminadores de imagens públicas. Não há, em princípio, neutralidade mas interferência – e essa não pode deixar de modificar estruturalmente o modo de existir desse objeto que é a imagem pública. Essa imagem pública mediada e midiática não pode ser idêntica à imagem pública circulante numa experiência comunitária (GOMES, 2007, p. 262).

²⁵ A diferença entre imagem e reputação é discutida na produção acadêmica – optamos por não retratar esse vasto campo de debate, entendendo que nossa proposição do conceito de reputação expõe diferenças e aproximações com outras proposições. Citamos um exemplo de investigação comparativa: Iasbeck (2007) acerca das diferenças conceituais entre os termos reputação e imagem.

As contribuições acerca dos conceitos de imagem trazem, para nossa jornada, a reflexão sobre a conexão entre os dois elementos do campo reputacional: *quadro reputacional* e reputação sobre um objeto particular. Nesse sentido, a questão da imaginação, em face das proposições pragmatistas – em que as habilidades cognitivas para apreender informações sobre o mundo vivido estão presentes –, oferece mais uma importante contribuição para nossa jornada conceitual. De um lado, o *quadro reputacional* é uma construção social de padrões idealizados para uma determinada categoria de objetos. De outro, o conceito de imagem visual alinha-se ao de reputação aplicada a um objeto específico.

Antes de partimos para o próximo tema, é importante registrar um problema que nos acompanhará no percurso da presente tese. Ao retratar o conceito de imagem mental e de representação, conforme observado nas contribuições desse item, observa-se a questão de associação signo-objeto. A associação signo-objeto é direta, por alinhamento de padrões conceituais esquematizados aplicados ao objeto – padrões representados pelo real. Já para o campo da reputação, em seus dois elementos (referência e reputação), a associação não é necessariamente direta. Podemos dizer até que dificilmente o padrão idealizado de reputação se iguala a uma representação objetiva de reputação sobre o objeto. Assim, o quadro reputacional (padrões) apresenta-se como referencial para julgamento de um caso específico de reputação. É a partir desse conceito de relação signo-objeto que a reputação sobre um objeto poderá ser considerada boa ou ruim – a relação interna-externa. Em outros termos, é o *quadro reputacional* que possibilita a relação signo-objeto no fenômeno de reputação sobre um objeto específico.

Capítulo 2

2 Comunicação política e reputação eleitoral

2.1 O pensamento pragmatista e a tradição microinteracionista

Marcamos o território de nossa proposição com referências da tradição microinteracionista. Reconhecida como nascedouro do pensamento social que caracteriza a escola sociológica norte-americana, a teoria pragmatista é edificada com percurso desafiador em face da construção de um pensamento que pudesse representar uma nova escola. O expressivo desenvolvimento industrial daquela sociedade estimulou o surgimento de pesquisadores e, em consequência, a formação de um pensamento sociológico. A produção intelectual de seus pensadores fora iniciada sob influência alemã, que, além de explicar parte considerável da identidade acadêmica norte-americana, esboça a emergência da Escola Pragmatista.

Durante as décadas em que scholars criativos começaram a aparecer nos Estados Unidos, a Alemanha forneceu-lhes seu campo de treinamento. As universidades alemãs atraíram cerca de nove mil americanos entre 1815 e o início da I Guerra Mundial, sobretudo nas últimas décadas do século XIX. Eminentemente filósofos morais e sociólogos lá estiveram, incluindo William James, Josiah Royce, George Herbert Mead, James Hayden Tufts, Albion Small, William Graham Sumner, W.I. Thomas e Robert Park. A filosofia social americana ganhou forma, em grande parte, em resposta à estimulação propiciada pelos ensinamentos da tradição alemã (LEVINE, 1997, p. 226).

O ponto de partida necessário é a exposição da tradição microinteracionista, nascida do pensamento de Peirce e Mead. Encontramos, em Bramson (1963), uma importante contribuição para o entendimento sobre a formação da escola sociológica norte-americana, base da tradição microinteracionista. Além de apresentar as cercanias teóricas dessa escola sobre a “sociedade de massa”, o autor investiga as distinções mais relevantes entre a sociologia europeia e a sociologia norte-americana. Essa distinção é fundamental para a argumentação do referencial teórico, pois expõe origens e motivações dos pensadores da tradição microinteracionista.

Simplificando, a diferença entre as atitudes americana e europeia pode ser encarada como a diferença entre os estudos dos “problemas sociais” e do “problema social”, respectivamente. O primeiro indica um campo de pesquisas (...) sobre a delinquência juvenil, o alcoolismo, divórcio, criminalidade, problema racial, problemas de minorias, miséria e favelas. (...) Mas essas áreas de interesse, esse “problemas sociais”, estão longe de ser o mesmo que “o problema social” dos sociólogos europeus. Este último suscita a renitente questão das relações entre as classes sociais (...) (BRAMSON, 1963, p. 60-61).

Bramson (1963) complementa seu argumento ao apresentar a relação entre o surgimento da sociologia norte-americana e a realidade concreta, mundo objetivo.

A sociologia nos Estados Unidos surgiu num ambiente de modificações sociais, associadas à industrialização e a urbanização, que, meio século depois de De Tocqueville, estava transformando completamente a paisagem social e econômica que ele contemplara. Uma onda de problemas sociais, sendo alguns bem novos, seguiu-se à colonização do Oeste e à construção das estradas de ferro, o fluxo de imigrantes, o surto do sistema fabril e a concentração de população das cidades grandes. Incluídos nessa lista estavam os já conhecidos problemas de crime, delinquência, divórcio, miséria, suicídio, alcoolismo, problemas de minorias e favelas (BRAMSON, 1963, p. 61).

O autor ainda traça três períodos da formação da sociologia norte-americana: do surgimento, nos primeiros anos do século XX, ao período de sua avaliação nos anos 1960. O primeiro período é destacado pela formação de uma sociologia liberal de modificação e progresso. O segundo período, entre guerras mundiais, com o retorno de contingente expressivo de combatentes em busca de novas atividades, caracterizou-se pela expansão do número de estudantes e docentes. O terceiro e último período, a partir de 1940 até a época do texto de Bramson, é caracterizado pela expansão dos campos de investigação.

Eufrásio (2013) também alinha a formação do pensamento social norte-americano às transformações sociais dos EUA:

O desenvolvimento da sociologia dos Estados Unidos na segunda metade do século XIX e inícios do século XX pode ser traçado a partir de diversas origens, que combinam com uma desigual influência da sociologia que se desenvolvia no decorrer do século XIX na Europa associada às transformações políticas, econômicas, sociais e culturais que caracterizavam o surgimento da sociedade moderna. Certos aspectos da formação da sociologia assumiram nos Estados Unidos formas originais: uma motivação inicial filantrópica e favorável à reforma social, de feição progressista, e sua disputa contra os argumentos conservadores tirados da economia política clássica e do evolucionismo e do darwinismo social; o uso pioneiro de materiais sociográficos; a influência do evolucionismo de Spencer e do darwinismo social no desdobramento da discussão intelectual de um conjunto de ideias da época (entre 1850 e 1900) e os inícios do ensino universitário da sociologia em diversas instituições de ensino e pesquisa universitárias que foram criadas nas últimas décadas do século XIX (EUFRÁSIO, 2013, p. 21).

Assim como Bramson (1963), Eufrásio (2013) ordena em fases cronológicas o pensamento social norte-americano – porém, com maior detalhamento: em cinco etapas.

Em suma, desde seu início, o desenvolvimento da sociologia americana pode ser dividido em cinco fases: na primeira, *de surgimento*, durante as duas

últimas décadas do século XIX, introduziram-se cursos de sociologia em diversas universidades como nas de Boston, Indiana, Wyoming, Brown, Chicago e Cornell entre 1883 e 1893; numa segunda etapa, a *difusão*, entre 1900 e 1920, a sociologia se difundiu entre as universidades e faculdades dirigidas às humanidades e às letras e em 1905 foi criada a *American Sociological Society* (...). Tal quadro indica que a institucionalização, em termos profissionais, da disciplina ocorreu na virada do século e que foi seguida pelo seu desenvolvimento intelectual acadêmico; de fato, após a I Guerra Mundial (...); surgiram as primeiras revistas especializadas e as primeiras equipes de pesquisa. Numa terceira fase, de *consolidação*, entre 1920 e 1935, foram criadas linhas originais de trabalho nos mais importantes centros de ensino e pesquisa de sociologia do país, que se firmaram em tradições próprias, e paralelamente à aplicação do ensino a nível de graduação e de pós-graduação, multiplicaram-se as revistas especializadas e os contatos internacionais e ocorreu o desenvolvimento de subdisciplinas especializadas e a formação de novas equipes de pesquisa (...). Nesse período veio predominar a orientação que se desenvolveu em Chicago, caracterizada por uma ecologia humana e uma psicologia social sociológicas, e secundariamente a orientação surgida em Columbia; da década de 1930, pelo prestígio e a importância que ganhou dentro e fora dos círculos acadêmicos (...). Seguiu-se o quarto período, de maior diversificação inicial, mas no qual acabaria por vir a exercer a influência mais importante o funcionalismo de Harvard, secundando pelo interacionismo simbólico, surgido em parte em Chicago. Na década de 1960 emergiu o movimento da chamada “sociologia crítica”, impulsionando sobretudo pela obra de Charles Wright Mills, originando uma quinta etapa, que se afirmou como uma grande diversidade de orientações teórico-metodológicas (...) (EUFRÁSIO, 2013, p. 25).

Percursos históricos têm motivações e marcos, fundamentais para o entendimento sobre uma escola de pensamento. A gênese do pragmatismo foi objeto de exame de Levine (1997). O autor destaca a obra do precursor do pragmatismo Charles Sanders Peirce, com enfoque epistemológico e profundas imbricações éticas de influência kantiana. Peirce é o ponto de partida da exposição sobre origens e estrutura do pensamento pragmatista. Sem estudar na Alemanha, a exemplo de muitos pensadores norte-americanos contemporâneos, o autor interessou-se pelo conceito kantiano de “sujeito cognitivo”, rejeitando, assim, o cartesianismo e aderindo à perspectiva do conhecimento enquanto dependente da lógica. “Mas para Peirce, em contraste com Kant, a lógica desenvolve-se e, portanto, o mesmo deve ocorrer com qualquer filosofia baseada nela” (*Ibidem*, p. 226).

A partir de Peirce, a perspectiva pragmatista passou a ser estudada e promovida por professores de Harvard, Michigan e Chicago. O conceito pragmatista, com variadas aplicações e adaptações, potencializou-se pela intensa produção e consequente promoção da sociologia norte-americana – assim, alcançou hegemonia nos EUA na denominada “Era Progressiva”

(1896-1914)²⁶. A palavra “pragmatismo” promove algumas leituras equivocadas, assim é mister pontuar semanticamente o que o termo representa na vida intelectual norte-americana. O seguinte fragmento esclarece a confusão frequente:

O sentido cotidiano do termo “pragmático” certamente contribui para esses equívocos, sugerindo uma espécie de “confusão bem-sucedida” que é orientada para a satisfação de necessidades imediatas, ignora princípios teóricos ou morais e trata as características dadas da situação simplesmente como parte de um cálculo. O termo pragmatismo tem a mesma raiz grega de PRÁXIS, prático etc. O fundador do pragmatismo, Charles Sanders Peirce (1839-1914), criou o termo em consequência de suas reflexões sobre o uso por Kant dos adjetivos “pragmático” e “prático”. As conferências e os escritos de Peirce, por volta de 1878, são hoje considerados os documentos originais do pragmatismo. No começo ficaram conhecidos apenas por um estreito círculo de intelectuais de Cambridge, Massachusetts, e só obtiveram maior notoriedade uns 20 anos depois, quando William James (1842-1910) realizou conferências sobre o “Pragmatismo”. Peirce acabou distanciando-se do pragmatismo de James e deu à sua própria filosofia o nome de “pragmaticismo” (OUTHWAITE; BOTTOMORE, 1996, p. 598).

Antes de dar relevo às principais contribuições para a construção pragmatista, aplicamos nossa atenção ao exame dessa perspectiva à luz dos campos filosófico, social e político realizado por Pogrebinschi (2005). Para os propósitos de nossa investigação, a contribuição de Pogrebinschi, ao propor a matriz filosófica pragmatista, é fundamental. A partir dos eixos teóricos da significação e da verdade, essência da teoria pragmatista, a autora propõe a composição da matriz filosófica com três ideias principais, a partir das contribuições seminais de Peirce, James e Dewey: *antifundacionalismo*, *consequencialismo* e *contextualismo*. O propósito da autora, na construção da matriz, é decifrar a contribuição do pragmatismo para o campo filosófico.

O *antifundacionalismo* se caracteriza pela negação de qualquer tipo de dogma, “valor supremo”, “autoridade última” e dualismos, e pela defesa da incerteza proveniente das experiências humanas mutáveis – rejeita-se a cognição prévia, a favor da ação prática do homem enquanto fundamento para a filosofia. Já o *consequencialismo*, na reafirmação da rejeição à causalidade e da valorização das consequências oriundas da proposição de Dewey, traduz a vocação pragmatista de olhar para o futuro. Enquanto o antifundacionalismo renega as proposições fundamentadas pelo passado (dogmas edificadas por análises precedentes), o *consequencialismo*, não obstante as diferenças entre os fundadores do pragmatismo (Peirce,

²⁶ Verbete “pragmatismo” in Outhwaite; Bottomore (1996).

James e Dewey), notadas por Pogrebinschi (2005), refere-se essencialmente à visada sobre o futuro, uma vez que:

É para o futuro que o pragmatista olha e é para lá que ele se direciona. Disto decorre que tanto a teoria da significação, como a teoria da verdade, levadas a cabo pelo pragmatismo, caracterizam-se pela submissão permanente ao ‘teste’ consequencialista: o significado de uma proposição, bem como a sua verdade, apenas podem ser conhecidos se forem verificados a partir dos testes de suas consequências (POGREBINSCHI, 2005, p. 38).

A perspectiva instrumentalista de Peirce, em que o significado está relacionado ao propósito (salientado por Pogrebinschi como influência do darwinismo), remete à máxima pragmatista, à perspectiva de que: 1) um fenômeno experimental prévio; 2) edifica uma crença; 3) responsável por um objetivo, um propósito; que, em última instância, 4) promove uma ação intencional, uma conduta futura – trata-se da perspectiva pragmatista peirceana da continuidade.

Ultrapassando as cercanias do conceito de significação, James e Dewey, no que se refere à dimensão consequencialista, segundo Pogrebinschi (2005), apresentam dedicação ciosa ao tema da verdade. Com atenção dedicada à negação de dogmas absolutos, os autores apresentam a ruptura significativa do pragmatismo com as perspectivas do idealismo (verdade enquanto acordo) e do realismo (verdade enquanto correspondência). Uma proposição, assim, não é necessariamente a verdade (proposição assertiva da verdade para idealistas e realistas), mas a dúvida que rege investigações sobre a verdade – trata-se da proposição enquanto hipótese a ser testada. Nessa perspectiva, o pragmatismo é decifrado por Pogrebinschi como: 1) filosofia prospectiva; 2) voltada para o futuro (verdade e realidade); 3) em um mundo maleável/flexível; 4) à espera de nossas mãos. Em última instância, a dúvida (e não a certeza fundamentada em dogmas absolutos) é um grande ativo do pragmatismo: a conduta das investigações acerca da verdade que pode residir em uma proposição. Significação e verdade se unem em uma de forma responsiva, em que as consequências se referem a uma finalidade desejável, uma vez que “(...) todas as coisas – sejam elas proposições cognitivas ou eventos da experiência prática – são passíveis de terem as suas consequências inferidas a qualquer momento, o futuro dessas coisas está sempre compreendido no seu presente” (POGREBINSCHI, 2005, p. 48).

A terceira ideia da matriz proposta por Pogrebinschi, o *contextualismo*, é apontada pela autora como a que mais contribui para a história da filosofia. Os fundadores do pragmatismo (Peirce, James e Dewey) centram suas argumentações, e diferenças, em três eixos principais: experiência, prática social e comunidade de investigação. Pogrebinschi indica que o

pragmatismo denomina de experiência o conjunto de crenças e de elementos culturais de uma sociedade. Já a prática, presente nas outras duas ideias da matriz, apresenta-se como o conceito de ação, principal elemento constitutivo da experiência. A prática e a experiência são apresentadas como fatores principais na argumentação do contextualismo e devem orientar as investigações, o trabalho da comunidade de investigação. Embora com diferenças de perspectivas dos fundadores, o destaque do que os une, no conceito do contextualismo, está na experiência, na prática e na comunidade de investigação. De uma forma geral, o contextualismo celebra a relevância dos fatos e protagoniza a adaptação dos sujeitos (hábitos, crenças, práticas) a esses fatos.

Pogrebinschi salienta que as três ideias, *antifundacionalismo*, *consequencialismo* e *contextualismo*, estão imbricadas nas argumentações dos fundadores do pragmatismo, sendo “quase impossível definir o antifundacionalismo sem sinalizar com características consequencialistas e contextualistas do pragmatismo e vice-versa” (POGREBINSCHI, 2005, p. 63). A tríade formada pela matriz nos move na investigação do conceito de reputação, especificamente no que se refere ao *quadro reputacional* – utilizado pelos eleitores para reputar candidaturas. Entendemos que: 1) o processo de construção social do quadro reputacional não se fundamenta em dogmas, portanto é antifundacionista; 2) no campo eleitoral, a elaboração do *quadro reputacional* refere-se ao futuro (consequencialista) – o voto como expediente que alimenta expectativas de ganho futuro; e 3) os atributos que edificam o *quadro reputacional* no campo eleitoral são relacionados a experiências e práticas em um contexto do mundo objetivo – vínculos relevantes com o conceito de ecologia humana, que retrataremos mais adiante. Antes, porém, abordaremos com mais detalhes as contribuições de Peirce e Mead.

Sem a ambição de apresentar profundo diagnóstico de seu pensamento (tarefa desafiadora até mesmo para os especialistas peirceanos), partimos da motivação de Peirce, da edificação de seu pensamento em face das proposições sobre cognição, percepção e consciência – regentes do campo filosófico de seu tempo. Santaella apresenta o debate de Peirce com outras abordagens:

(...) se, de um lado, os empiristas tomaram o que está lá fora como um dado, os idealistas, de outro lado, deixaram de lado o fato de que há um ingrediente compulsivo em todo julgamento de percepção, algo que nos acossa e que não depende do movimento da consciência. Como Peirce se posicionou diante dessas duas tendências opostas?

A irredutibilidade da secundidade na percepção e na ação foi a chave peirceana para encontrar uma via média entre o racionalismo e o empirismo, entre o idealismo e o realismo ingênuo. Ele juntou esses dois opostos em um

esquema triádico que não é nem realista, nem empirista. É semiótico (SANTAELLA, 2012, p. 137).

A concepção de Peirce, em oposição a outras proposições predominantes, propõe a semiótica – enquanto mapa lógico de condução das investigações e análise dos signos – como apoio aos processos investigativos específicos.

(...) a semiótica não é uma chave que abre para nós milagrosamente as portas de processos de signos cuja teoria e prática desconhecemos. Ela funciona como um mapa lógico que traça as linhas dos diferentes aspectos dos quais uma análise deve ser conduzida, mas não nos traz conhecimento específico da história, teoria e prática de um determinado processo de signos (SANTAELLA, 2018, p. 6).

Apontando para o fundamento do signo, Peirce alicerça sua fenomenologia sem os pilares dogmáticos e deterministas. Assim, a perspectiva peirceana é a do protagonismo categórico de faculdades que regem exames guiados por qualidades, relações e mediações. A dimensão ontológica, então, proporciona, em um primeiro evento, a apreensão da qualidade, abstando-se o observador de reflexões, julgamentos e cálculos nessa primeira fase. Em seguida, a atenção volta-se para o exame de diferenças e semelhanças com o “aqui e agora”. Enfim, a avaliação põe em curso a generalidade para “governar fatos futuros”, a continuidade. A experiência com o aqui e agora vivencia a conexão entre o interior e o exterior, a ontologia e a fenomenologia. O signo, simplesmente por suas qualidades, na relação com o objeto, e este, na mediação com o interpretante, formam a tríade de Peirce²⁷. Santaella (2018) salienta que a perspectiva peirceana promove a tríade relacional: relação do signo consigo mesmo (significação); relação do fundamento com o objeto (objetivação); e relação do objeto com o interpretante (interpretação): “Quando a lógica triádica do signo fica clara para nós, estamos no caminho para compreender melhor porque a definição peirceana do signo inclui três teorias: a da significação, a da objetivação e a da interpretação” (SANTAELLA, 2018, p. 9).

²⁷ As categorias propostas por Peirce apresentam-se imbricadas com conceitos definidores de uma avaliação complexa e potente: sentimento, determinação e inteligência. Para a aplicação da concepção de qualidade, a orientação de Peirce para os examinadores de fenômenos sujeito-objeto, segundo Santaella (2018), é “abrir as portas do espírito”. A contemplação seria o mecanismo para apreensão do fenômeno. Essa primeira etapa, a primeiridade, está alinhada com o sentimento, sentir o que o fenômeno tem a dizer. A secundidade é o sentido, tem o “indicar” como verbo fundamental, é a relação singular, a relação de objetivação com a qualidade apreendida. É a determinação e dúvida na relação do observador com o objeto. Já a terceiridade é a mediação do objeto com o interpretante: relação objeto-interpretante. Apresenta a função de generalidade do fenômeno, sugere como símbolo a propriedade de lei. Segundo Santaella, é a etapa em que o signo completa sua ação.

Outros importantes autores contemporâneos reconhecem o papel de Peirce enquanto fundador de uma perspectiva singular. Eco (1998) salienta o axioma peirceano em que a semiose “esconde-se” em processos perceptivos – o processo perceptivo como inferência. O destaque de Habermas (2014) é o da distinção entre a proposição peirceana e o positivismo – uma vez que, no entendimento de Peirce, “cabe à metodologia aclarar não a construção lógica das teorias científicas e sim a lógica do procedimento com cujo auxílio podemos obter teorias científicas” (HABERMAS, 2014, p. 149). A proposição peirceana é apresentada como método, como subsídio para processos investigativos, suporte para a *comunidade de investigação* (nos termos de Peirce)²⁸.

Embora a adaptação social de Mead do pragmatismo peirceano evidencie seu protagonismo, outras contribuições ajudaram a edificar a tradição convencionalmente denominada “Escola Sociológica de Chicago”. Ainda que muito possa ser dito sobre o tema, evitando prolongar conteúdos que possam cansar o leitor, adaptaremos a exposição de colaborações teóricas aos propósitos da tese. Nossa atenção mais ciosa será dedicada às ideias de Mead, além de alguns de seus tradutores e discípulos.

A partir do pensamento de Peirce, Mead projeta sua teoria social:

Parte da transformação foi realizada por William James, amigo de longa data e colega de Peirce em Harvard. James empregou a teoria da evolução de Darwin mais radical e sistematicamente do que Peirce, procurando entender todos os aspectos da ação humana – todas as crenças e sentimentos, incluindo os sentimentos religiosos – como forma de adaptação evolutiva. James também desenvolveu ainda mais a noção de Peirce do self como baseado em conversão interna, distinguindo entre o “eu” (I) e um “eu” (me) e identificando um “eu social” (social me) externamente constituído como parte deste último (...) James desempenhou um papel decisivo no desenvolvimento e disseminação da filosofia pragmatista (LEVINE, 1997, p. 228).

Apesar da expressiva contribuição de James, a adaptação do pragmatismo à teoria social foi desenvolvida por John Dewey e George Herbert Mead. Em conjunto com Mead, Dewey elabora a síntese do pragmatismo peirceano, em contraste com outras escolas do pensamento social. Para Mead, em uma inspiração darwiniana, o pensamento humano é estruturado em processos biológicos – evolução natural por meio de decisões otimizadas e customizadas. A partir dessa perspectiva, Mead associou o pragmatismo aos fenômenos sociais.

²⁸ A associação entre a proposição de Peirce e métodos investigativos foi retratada de forma interessante por Eco e Sebeok (1991). A obra traz artigos de diversos autores que compararam, de forma instigante, Peirce e Sherlock Holmes.

A contribuição de Mead parte da ideia de pré-existência de grupos sociais, que possibilitam as interações entre os sujeitos. O autor entende que a formação do EU pela socialização perpassa dois conceitos essenciais: “I” e “ME”. O ME (outro generalizado) representa os efeitos da interação, o ambiente social que impacta o interior dos sujeitos envolvidos. No entanto, as expectativas de comportamento em face dos processos de interação social promovem freios na impulsividade do sujeito. O “I” é a fonte da inovação e da criatividade, que resiste aos obstáculos impulsivos do sujeito. A conjunção do “I” com o “ME” subsidia a edificação da identidade social do sujeito – formadora da razão e do alinhamento entre juízo moral e autoentendimento ético do *self*. Assim, Charles Morris (MORRIS, 2010) condensa o pensamento de Mead na conjunção do pensamento individual com a sua formação em processos de interação social.

A proposição de Mead, estruturada a partir do conceito de interação, rompe pressupostos tanto do *campo da consciência* – filosofia da consciência, da racionalidade individual e do subjetivismo (FRANÇA, 2008) - quanto do *campo social* (determinismo social). Trata-se da rejeição à interiorização automática e compulsória da experiência social. Os conceitos da imitação tardeana, do determinismo durkheimiano e da (absoluta e irrestrita) autonomia individualista são confrontados pela construção social na perspectiva de múltiplas interações que moldam cada membro da sociedade.

A tríade meadiana (mente, *self* e sociedade) é a matriz do pensamento social microinteracionista. É a mente (ou “espírito”, termo também aplicado por Mead) que tem a capacidade de apreender o papel do outro nas respostas aos “gestos”²⁹ – a reação do interagente regula o estímulo do sujeito, promovendo mútua transformação nos organismos. O conjunto das múltiplas interações edifica e mantém a estrutura dinâmica da sociedade. Essa dinâmica fundamenta a nossa perspectiva: interações sociais promotoras das ideias, interpretações, expectativas e, no que se refere ao nosso objeto de estudo, *quadro reputacional*. Veremos, a seguir, a contribuição de pensadores inspirados por Peirce e Mead – que reforçam a consistência da escola de pensamento microinteracionista e subsidiam a jornada da defesa de nossa tese.

Herbert Blumer (1980), embora criticado por outros discípulos de Mead, é reconhecido como um dos principais tradutores das ideias meadianas. O autor descreve três premissas do pensamento de Mead, para o qual destinou a alcunha de Interacionismo Simbólico. A primeira premissa retrata tudo que é possível ser observado pelo ser humano – aspecto que reforça a

²⁹ Mead traz de Wundt o conceito de gesto – apresentado como expressão física de uma experiência psíquica. Em outros termos, o gesto surge na relação entre a representação do sistema nervoso central sobre o que o corpo do sujeito passa e o que é expresso nas experiências que o sujeito reconhece como suas (Morris, 1976, p. 53).

relação com a primeiridade peirceana. Blumer entende essa premissa como ignorada ou diminuída pelas principais abordagens dos processos sociais que envolvem a relação dos sujeitos com a realidade que os cerca³⁰. A segunda premissa retrata a origem dos significados norteadores de comportamentos – e a distinção característica do Interacionismo Simbólico: os significados apreendidos no cotidiano são referenciados nas interações sociais. A terceira e última premissa distingue, de forma mais contundente, as características do Interacionismo Simbólico: a construção e a origem do significado no contexto das dinâmicas de interação social não impõem ao sujeito nenhuma determinação ou prescrição. O sujeito, como parte dos processos de interação, não absorve o que lhe é imposto, mas aplica processos interpretativos para construções das ações e comportamentos³¹. Blumer alerta para a falácia da imposição dos significados produzidos para os indivíduos (nesse contexto, apresentados como pessoas passivas no efeitos da comunicação) sem a presença dos processos de interpretação. A tríade de interações proposta por Blumer forma um complexo sistema de análise comportamental meadiano.

Também organizador do pensamento de Mead, Charles Morris (1976) dedicou-se ao estudo dos signos, sobretudo na relação com os seus intérpretes. Morris, assim como Mead e Blumer, considerava o papel seminal do intérprete no processo de comunicação. O autor também se destaca por sistematizar a semiótica peirceana³². Outra importante contribuição de Morris foi a divisão da semiótica em três dimensões: sintaxe, semântica e pragmática. Essas dimensões, de inspiração peirceana, fornecem a organização da relação triádica (signo, *designatum* e intérprete)³³ em relações diádicas. Tais inter-relações projetam as interações entre objetos e significados apreendidos nos processos de comunicação – perspectiva importante para as análises que dão importância ao componente “relevância”³⁴.

³⁰ Essa proposição é central para a abordagem do tema da ecologia humana, como retrataremos mais adiante.

³¹ Não se pode negar os fenômenos de comunicação de nosso tempo. Nem, tampouco, a possibilidade de os sujeitos reagirem aos fenômenos com base em idiosincrasias ou fabulações. O que nos atrai na proposição de Blumer é a perspectiva do sujeito potencialmente capaz de formar suas ideias em processos de interação social.

³² A semiose, processo pelo qual algo funciona como signo, é descrito por Morris em quatro fatores essenciais. O primeiro fator, *veículo signo*, o que definitivamente funciona como signo; o segundo fator, *designatum*, o que o signo faz referência; terceiro, *interpretante*, o efeito para um intérprete; o quarto, *intérprete* do signo.

³³ A sintaxe absorve as relações sintáticas entre os signos – trata-se da estrutura lógico-gramatical. A semântica ocupa-se da relação do veículo sógnico com os designatas correspondentes. A pragmática entrelaça signos e intérpretes.

³⁴ Sperber e Wilson (2005) elaboraram a Teoria da Relevância, aproximando teorias dos códigos e inferências. Essencialmente cognitiva, a Teoria da Relevância propõe uma relação equitativa entre o custo mental despendido pelo intérprete e os efeitos contextuais alcançados por uma informação. Assim, o intérprete, em meio a múltiplas informações, disponibiliza atenção para as ações que considera relevantes. A Teoria da Relevância propõe dois eixos essenciais. De um lado, a ostensão (estímulo) do enunciador, do outro, a inferência do interpretante (que se interessa pela mensagem).

Peter Berger e Thomas Luckmann (BERGER; LUCKMANN, 2005), membros destacados da tradição microinteracionista, devotos do pensamento de Sartre sobre a imaginação, defendem o conceito da construção social da realidade em processos de interação e interpretação do cotidiano. Para os autores, a percepção da realidade social é fruto da construção coletiva.

O mundo da vida cotidiana não somente é tomado como uma realidade certa pelos membros ordinários da sociedade na conduta subjetivamente dotada de sentido que imprimem as suas vidas, mas é um mundo que se origina no pensamento e na ação dos homens comuns, sendo afirmado como real por eles (BERGER; LUCKMAN, 2005, p. 36).

Reafirmando a influência pragmatista peirceana, Berger e Luckmann partem do conceito de pensamento como ato intencional ao afirmarem que: “A consciência é sempre intencional; sempre “tende para” ou é dirigida para objetos” (1985, p. 37). Os autores também retratam o conceito enquanto aplicação social com essência meadiana:

A realidade da vida cotidiana além disso apresenta-se a mim como um mundo intersubjetivo, um mundo de que participo juntamente com outros homens. Esta intersubjetividade diferencia nitidamente a vida cotidiana de outras realidades das quais tenho consciência. Estou sozinho no mundo de meus sonhos, mas sei que o mundo da vida cotidiana é tão real para os outros quanto para mim mesmo. De fato, não posso existir na vida cotidiana sem estar continuamente em interação e comunicação com os outros (BERGER; LUCKMAN, 1985, p. 36).

Segundo os autores – ao contrário do que prega o determinismo social durkheimiano – os sujeitos não são vítimas de uma ilusão sobre a construção das próprias ideias e sobre as interpretações que fazem acerca do mundo da vida. O sujeitos são apresentados como participantes ativos da construção de significados nas apreensões cotidianas. O modo de existência do sujeito, como determinante das modalizações do discurso, elabora o cenário dos sentidos que a mensagem pode produzir. Essa perspectiva considera o interagente de forma não passiva.

Sob a influência de Mead, em sua aplicação social da teoria peirceana, apoiam-se outras contribuições para a tradição microinteracionista. Algumas merecem nosso destaque, pela importância que indicam em nossa investigação: a microsociologia de Cooley (Universidade de Michigan); a etnometodologia de Garfinkel; a sociologia da consciência de Schutz (com forte influência de Husserl); o interacionismo interpretativo, ou sociologia das emoções de Denzin (com influência de Heidgger); a lógica de verificação de Manford Kuhn (Escola de

Iowa); dentre outras. Chamamos a atenção, de forma especial, para a microssociologia de Erving Goffman (proeminente pensador da Escola de Chicago), que, embora reconheça a importância relativa da perspectiva interacionista, reconhece também o determinismo durkheimiano.

É importante também salientar os estudos pragmatistas contemporâneos. Dada a diferença contextual entre do pensamento de Mead e os tempos atuais, considerando as transformações manifestas nas novas formas de comunicar e de circular conteúdos, é mister retratar autores meadianos contemporâneos: trata-se de uma aproximação da abordagem pragmatista com os desafios atuais da comunicação. No Brasil, destacamos a relevância das interpretações da obra peirceana por Lúcia Santaella (PUC-SP) e os estudos do Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS) do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais, coordenado por Vera França – contribuições destacadas para a conjunção entre teoria meadiana e os processos de comunicação contemporâneos. Destacaremos também, em outro subcapítulo, o embate entre a perspectiva da sociologia de Laclau e o “neopragmatismo” de Rorty. Para os propósitos de nossa tese, um caso exemplar de contribuição pragmatista contemporânea é a do pensador francês Louis Quéré, que também retrataremos com mais detalhes.

2.2 Mead e a comunicação

Uma característica do desenvolvimento da perspectiva comunicacional meadiana interessa com mais potência aos propósitos de nossa investigação: a formação de fenômenos sociais e de comunicação são indissociáveis. Partimos desse axioma microinteracionista para afirmar que o fenômeno “reputação” é construído em processos comunicacionais a partir das interações sociais. Dessa forma, a perspectiva teórica microinteracionista é reconhecida por uma tipificação de ação social que alça a comunicação ao posto de elemento essencial – não apenas uma forma de publicização, mas, antes disso, o elemento fundante das ideias. Essa perspectiva entende que a organização social para promoção de interações entre os sujeitos não pode ser desenvolvida sem a comunicação – ela é a essência da construção do ato social. As ideias dos públicos se formam e se transformam com e pela comunicação. Esteves (2018) defende essa ideia afirmando que:

A comunicação é o que permite definir com uma certa precisão o elemento simbólico agregador de um determinado público (o registro de visibilidade dos assuntos, temas, problemas); é também, em seguida, a condição para o

funcionamento regular de qualquer público, no sentido em que os recursos simbólicos que possibilitam a realização do “trabalho” à volta do elemento agregador são de ordem comunicacional (a linguagem, os enunciados, os discursos, as opiniões, a discussão). Finalmente, também um certo entendimento coletivo enquanto propósito geral da existência dos públicos apenas pode ser alcançado por via da comunicação (ESTEVES, 2018, p. 147).

Mead salienta que a comunicação tem papel fundamental em sua proposição triádica (sociedade, *self* e mente) e, acessando Wundt, indica que o ato social tem no *gesto* um de seus atributos mais importantes.

Wundt isolou um conceito muito valioso do gesto como aquilo que mais tarde se torna um símbolo, mas que pode ser encontrado em seus primeiros estágios como componente do ato social. É essa parte do ato social que serve como estímulo a outras formas envolvidas no mesmo ato social (MORRIS, 2010, p. 53).³⁵

A concepção meadiana sobre a interação entre os sujeitos (organismos, nos termos de Mead), em face das formações da identidade dos envolvidos, entende que o conceito de *gesto* tem papel superlativo: “É o gesto que torna possível as respostas apropriadas dos diferentes organismos engajados nesse processo” (FRANÇA, 2008, p. 76). Como argumentado anteriormente, a ação de um organismo promove respostas no outro organismo interagente e no próprio autor da ação: a dupla transformação dos organismos promovida pela interação no bojo da edificação do processo social.

A situação primitiva é a do ato social que envolve a interação de diferentes formas que, portanto, envolve o ajustamento da conduta dessas diferentes formas entre si, na execução do processo social. No bojo desse processo, podemos encontrar o que chamamos de gestos, aquelas fases do ato que desencadeiam o ajustamento da resposta à outra forma. Essas fases do ato contêm atitudes tal como o observador a reconhece e também o que chamamos de atitude interior (MORRIS, 2010, p. 56).

Mead categoriza um *gesto* pela qualidade que o define: a significação. A comunicação é edificada na transformação de gestos em símbolos, em linguagem – *gesto* que carrega em si um significado.

O gesto deve ser tal que elicie a resposta no indivíduo ou favoreça seu aparecimento, e sua utilização irá desencadear a resposta do outro. É esse material com que a mente trabalha. Por menor que seja, deve haver algum tipo

³⁵ A valorização da contribuição de Wundt por Mead, seu antigo mestre, não o impediu de apresentar postura crítica ao autor mais tarde.

de gesto. Ter uma resposta delimitada sem uma indicação do estímulo é quase uma contradição de termos. Até aqui, tentei salientar o que esse processo de comunicação faz quanto a nos proporcionar o material que existe em nossa mente. Ele fez isso fornecendo os gestos que, ao nos afetar do mesmo jeito que afetam os outros, eliciam a atitude que o outro assume e que nós assimilamos, à medida que assumimos o papel dele. Temos a atitude, o significado, dentro do campo do nosso próprio controle, e esse controle consiste em combinar todas as várias respostas possíveis para fornecer o ato recém-construído, exigido pelo problema. É dessa maneira que podemos formular uma conduta racional em termos da psicologia behaviorista (MORRIS, 2010, p. 111).

Mead dedica atenção ciosa ao conceito de *gesto significativa* ou *símbolo significativa*. O *gesto significativa* é o mecanismo que possibilita as respostas dos organismos, que convoca e promove respostas. O autor considera que o simples *gesto*, ao se transformar em *gesto significativa*, opera como responsável pelo ajustamento entre os sujeitos no ato social – o amoldamento das respostas na dupla transformação dos interagentes. É o *gesto significativa* que desperta em seu produtor respostas em face das reações dos organismos para os quais é direcionado. O sujeito produtor de uma ação tem, no *gesto significativa*, a conexão entre sua provocação e a previsão sobre as reações dos outros organismos. Essa relação vai muito além da dicotomia estímulo-resposta do behaviorismo mecânico de Watson. É a provocação de respostas apropriadas aos sentidos produzidos pelos interagentes³⁶. Nesse sentido, a evangelização de um crente, os argumentos de um idealista, o convite de um ativista são promoções de gestos em busca da reação positiva dos sujeitos com os quais interagem com um propósito específico (conversão, adesão, participação) – na medida em que funcionem como gesto significativa.

Os gestos significantes, responsáveis pelo ajustamento móvel das condutas, atuam e orientam a atitude daquele que o faz com vistas a atuar na atitude do outro. O estímulo, na comunicação humana, é um estímulo para o outro, mas também para aquele que o emitiu, e provoca uma resposta dos dois organismos (FRANÇA, 2008, p. 78).

Nos termos de Vera França, esse efeito de dupla afetação (reflexividade), originado do *gesto significativa* e produzido no processo do ato social, edifica a consciência de conversão dos envolvidos. Assim, configura-se a comunicação em Mead: as múltiplas conversões construídas

³⁶ Entendemos que os gestos significantes, nas cercanias de nosso exame, são manifestos em pelo menos dois eixos. O primeiro eixo, em face dos desafios do mundo percebido, o eleitor, diante das provocações do cotidiano (por exemplo, a experiência com um serviço público de qualidade reprovável) e de outros eleitores, reage a esses gestos e, em conjunto com outros eleitores, forma as demandas e expectativas eleitorais. O segundo eixo inclui os gestos de candidatos que provocam reações de toda sorte nos eleitores, ao tentarem seduzir e mostrarem-se como solucionadores das demandas e atendentes de expectativas.

nos processos sociais ultrapassam os conceitos do behaviorismo mecânico. Cabe aqui lembrar da influência de Darwin no pensamento de Mead, já que, no entendimento sobre o pensamento humano, o autor faz a aproximação entre processos biológicos e sociais. A propensão do homem às respostas adaptativas como busca de uma evolução é intermediada por conversões conscientes.

Por um lado, Mead fixou o pensamento humano mais radicalmente em processos biológicos, mostrando como ele promana de padrões de resposta adaptativa que os organismos consideram seletivamente vantajosos no decorrer da evolução natural. Em suas respostas por tentativa-e-erro a problemas situacionais (...). Por outro lado, Mead ligou o pensamento mais radicalmente a fenômenos sociais, vinculando a evolução da mente à evolução do eu (*self*) e fazendo desse último, por sua vez, uma consequência de interações sociais. Por fim, forneceu um modo mais refinado para determinar critérios éticos ao associar todo o processo à evolução de uma sociedade cada vez mais abrangente e universalmente orientada (LEVINE, 1997, p. 231).

O conceito de “arco reflexo” de Dewey também influenciou Mead. A reflexividade no processo do ato social, em Mead, rechaça a perspectiva de influência verticalizada de um sujeito sobre outro – ou da sociedade sobre os sujeitos. A reflexividade indica a transformação dos interagentes em uma relação consciente de conversão. Essa dupla influência consciente e colaborativa é o coração da perspectiva teórica de Mead. O processamento das informações por parte dos interagentes, das interpretações e adaptações derivadas das respostas obtidas, é uma característica do *indivíduo social* de Mead. Esse processamento do ato social somente é possível pela comunicação. Embora não seja o tema central de Mead, a comunicação é peça essencial em sua engrenagem teórica, e a capacidade de se comunicar é um dos axiomas de seu pensamento. França (2008) pontua, citando Mead, que o “espírito”³⁷ emerge pela comunicação (é produto da comunicação). A autora salienta com mais ênfase tal proposição ao afirmar que “a comunicação intervém na construção do espírito, do *self* e da sociedade” (FRANÇA, 2008, p. 81).

O processo “hipnótico” da perspectiva behaviorista watsoniana (estímulo-resposta) recebe atenção crítica de Mead. A comunicação, para o autor, é formada por pelo menos dois agentes: o estímulo de um produz respostas e conversões para os dois – trata-se da dupla afetação dos agentes. A proposição comunicativa de interação horizontal exige a postura consciente (não automática) dos participantes. Sobretudo na emergência da mente (ou “espírito”, nos termos de França), a função da reflexividade é essencial na apreensão das

³⁷ Mente e espírito são termos tratados como sinônimos na proposição meadiana.

respostas provenientes da interação, enquanto promotora das conversões mútuas. As múltiplas interações promovidas pelo ato social são a essência de uma sociedade na perspectiva de Mead.

França (2008) destaca que a análise da comunicação, em sua dimensão prática (pragmática), está inserida no ato social de Mead, que é configurado no processo interativo em que organismos são conscientes e mutuamente afetados por estímulos. As múltiplas e complexas facetas desse processo interativo contêm a comunicação, que não pode ser compreendida fora do ato social. É a comunicação a indutora da interação.

Assim, na perspectiva indicada por Mead, uma análise da comunicação é antes de tudo uma análise situacionista: a situação como um todo – o contexto de uma entrevista, o quadro geral de uma campanha política ou publicitária, a história e a natureza de um programa televisivo – deve ser nosso ponto de partida e nossa referência ao recortar um objeto específico (FRANÇA, 2008, p. 85).

Análise de comunicação, na perspectiva meadiana, retrata diagnósticos complexos de atos sociais em que a interação entre os sujeitos é protagonista. Assim, o objeto situacional de análise contempla desde o *gesto significativo* até as possibilidades de dupla afetação que impelem os sujeitos ao complexo processo de produção do ato social. A análise da comunicação não se efetiva em uma visada parcial de um dos eventos do objeto situacional. Em última instância, na proposição meadiana, a análise da comunicação é “um todo composto de partes articuladas” (FRANÇA, 2008, p. 89), com perspectiva pragmática, situacionista e interacional-reflexiva. A complexa estrutura teórica que rege a proposição meadiana encontra desafios superlativos para o exame da comunicação – ao mesmo tempo, apresenta pistas importantes para decifrar a relação dos sujeitos com o mundo que os cerca, com as crenças, ideologias e (em nossa perspectiva) com a edificação do *quadro reputacional* e com as escolhas eleitorais.

2.3 Construções sociais da realidade: mundo objetivo e mundo percebido

Para Blumer (1980), como já argumentado, o ato de ignorar os significados dos elementos com os quais o homem se relaciona no mundo promove análises falseadas – assim, a essência de sua avaliação comportamental tem a ecologia humana como ingrediente fundamental. Assim como em Peirce, esta premissa é a grande força dessa perspectiva: a relação do sujeito com o mundo que o cerca, enquanto força propulsora das apreensões e interações. A essência de nossa proposição sobre “mundo objetivo” e “mundo percebido” nasce desse axioma pragmatista. Reside, nesse aspecto, a distinção central entre o pragmatismo e as abordagens

oriundas do determinismo social: a interpretação que o sujeito faz do “mundo objetivo”, com contribuições de processos interacionais, esboça os elementos do “mundo percebido”.

O conceito de ecologia humana³⁸ é fundamental para a ideia de construção social da realidade, do *quadro reputacional* e das reputações eleitorais, como retrataremos no Capítulo 3. Antes, porém, de adentrar no tema da ecologia humana, lembramos (por influência da perspectiva pragmatista) de dois conceitos que traduzem parte dos eixos analíticos que tratamos no Capítulo 1 – *mundo objetivo* e *mundo percebido*. Nas linhas estaqueadas pela tradição microinteracionista, o sujeito vive em uma realidade concreta e apreende dela os elementos inferenciais para a construção social de uma realidade percebida³⁹. Trata-se dos elementos concretos da realidade vivida, traduzida por indicadores, descrições técnicas, características físicas observáveis ou inverificáveis, domínios e forças (oficiais ou clandestinas), que denominamos *mundo objetivo*⁴⁰. Diante de uma realidade concreta que se apresenta às portas da percepção, os sujeitos interpretam e constroem, pela interação, o seu mundo – trata-se aqui do *mundo percebido*. Essa distinção, como já salientado, é fundamental para nossa defesa, que culminará na argumentação sobre a construção social do *quadro reputacional*. Defendemos a ideia de que o *mundo objetivo* se apresenta de forma potente para a construção social do *mundo percebido*, por processos de interação em comunidades de comunicação. Essa cadeia de influências merece ser tratada ponto a ponto. Começaremos pelo conceito de ecologia humana – elaborado por um dos núcleos da Escola Sociológica de Chicago – e a relação entre *mundo objetivo* e *mundo percebido*. Depois, passaremos por outros itens da perspectiva pragmatista que subsidiam nossa proposta de *quadro reputacional*, que, por seu turno, subsidia a relação dos sujeitos com as campanhas eleitorais.

2.3.1 Tradição microinteracionista e a ecologia humana: mundo objetivo e mundo percebido

A gênese do pensamento social norte-americano está visceralmente ligada ao conceito de ecologia humana, impactado pelas grandes transformações sociais nos EUA, sobretudo no

³⁸ Termo que indica o conceito de mundo objetivo pelos sujeitos na investigação de muitos pensadores microinteracionistas da Escola Sociológica de Chicago.

³⁹ Cardoso (2021) apresenta vigoroso debate entre Bruno Latour e Paul Boghossian sobre a construção social da realidade e a “querela” entre as perspectivas construtivistas e realistas. Para Latour, qualquer concepção do real é fruto de uma construção social. Já para Boghossian, em sua crítica tanto ao realismo quanto ao construtivismo, distingue as ideias da criação de descrições do mundo e da criação do mundo – ou seja, o que criamos são teorias sobre o mundo em forma de “jogos de linguagem”.

⁴⁰ Em Gomes (2007), tratamos da distinção habermasiana entre mundo objetivo (contexto cotidiano), mundo social (relações intersubjetivas legítimas) e mundo próprio (relações subjetivas do falante).

decorrer do século XX. As questões que envolvem o conceito de ecologia humana emolduram a relação dos sujeitos com a realidade que os cerca na projeção do *mundo percebido* – e, nessa cadência, também o fazem em um dos aspectos presentes na dinâmica social dos municípios brasileiros, os processos eleitorais. São as características sociais, geográficas, estruturais e culturais que formam demandas, que criam expectativas, que promovem planos eleitorais, e que, em última instância, interferem no voto para o Executivo municipal. As transformações sociais contemporâneas encontram novamente, na tradição microinteracionista, a aliada para o desafio de análises e exames dos variados fenômenos sociais que envolvem eleições. Em nossa perspectiva, a ecologia humana protagoniza tanto a realidade concreta quanto a realidade percebida (construída socialmente): as duas realidades são essenciais para os processos eleitorais (como retrataremos no Capítulo 3). O *mundo percebido*, o cotidiano expresso nas interações sociais, ambienta a formação do *quadro reputacional* que, em nossa tese, rege as decisões eleitorais.

Como salientado no primeiro capítulo, Santaella (2012) estabelece uma conexão entre a ecologia da percepção de James J. Gibson e o pensamento de Peirce:

a mudez do percepto, mudez daquilo que bate à porta da percepção, em sua natureza ôntica, independente das atividades mentais do percebedor, aproxima o realismo peirceano da insistência realista de Gibson (SANTAELLA, 2012, p. 139).

Trata-se do poder de comunicação da ambiência na formação de importantes referências: demandas e soluções esperadas; expectativas eleitorais e projeção de candidaturas idealizadas; e voto. Herbert Blumer (1980), como salientado, também parte da importância dos aspectos ambientais ao apresentar a visão de Mead na perspectiva sistêmica da análise social e comportamental.

O exame que Eufrásio (2013) faz do conceito de ecologia humana, na perspectiva da Escola Sociológica de Chicago, é seminal para o tema da formação dos públicos. Destacamos dois eixos dessa contribuição, importantes para os propósitos de nossa investigação. O primeiro é o semântico, em que o autor argumenta, com auxílio da perspectiva de James Quinn, sobre os sentidos da literatura sociológica para ecologia humana. Eufrásio cita os seguintes sentidos:

síntese abrangente de diversos campos de ciências naturais e ciências sociais cobrindo: a embriologia, a fisiologia e a morfologia humanas, a geologia, a geografia, a antropologia, a economia, a sociologia, a psicologia. É a concepção mais ampla da ecologia humana encontrada na literatura (EUFRÁSIO, 2013, p. 95).

Além de: 2) “estudos das relações entre o homem e seu meio ambiente” (*Ibidem*, p. 96); 3) “aplicação de conceitos e explicações da biologia na conceituação e explicação de fatos sociais” (*Ibidem*, p. 97); 4) “estudo das distribuições espaciais dos fenômenos humanos” (*Ibidem*, p. 97); 5) “estudos de áreas regionais ou locais” (*Ibidem*, p. 99); e 6) “estudo de relações subsociais entre os homens” (*Ibidem*, p. 100).

Eufrásio (2013) traz o segundo eixo de sua proposição de Ernest W. Burgess: a distribuição de uma sociedade em uma área territorial expressa em três aspectos não excludentes de comunidade: 1) comunidade ecológica (na perspectiva de uma organização natural, semelhante à dos animais); 2) comunidade cultural (influência da cultura local na formação da comunidade); e 3) comunidade política (formação com base em ações especializadas nos campos do serviço social e político).

Os eixos destacados reforçam a perspectiva de exame de Bramson (1963), pontuada anteriormente, sobre a distinção entre a sociologia norte-americana (sobretudo da Escola Sociológica de Chicago e da tradição microinteracionista) e a sociologia europeia: estudos dos *problemas sociais versus* estudos do *problema social*. Essa distinção, com destaque para os eixos extraídos do exame de Eufrásio (2013), forma com clareza a distância entre a abordagem europeia de multidão (Tarde, Freud, Le Bon, Laclau) e a de sociedade de massa dos norte-americanos, não obstante os momentos da história retratados por cada autor e tradição. Cabe salientar que, por um lado, a visão microinteracionista da formação do *mundo percebido* não é exclusiva da tradição norte-americana: embora com perspectiva de busca do consenso, distinta da abordagem norte-americana, Habermas se destaca na Europa com sua TAC (Teoria da Ação Comunicativa). Por outro lado, a tradição norte-americana produziu outras perspectivas da comunicação de massa desassociadas do território microinteracionista (como nos casos exemplares de Robert Merton, Paul Lazarsfeld e Talcott Parsons).

A construção do pragmatismo enquanto escola do pensamento norte-americano é retratada por muitos pensadores – inclusive não pragmatistas, a exemplo de Martín-Barbero (1997). A descrição do autor se destaca pelo detalhamento histórico da edificação desse pensamento e pela abordagem sobre o conceito de público e sua diferença na perspectiva norte-americana e na europeia. O autor apresenta a transição da noção de público entre as duas tradições. Primeiramente, seu exame sobre a evolução histórica acessa Tocqueville:

Em seu ponto de partida – a desencantada reflexão dos liberais franceses e ingleses no convulsivo período pós-napoleônico que vai da restauração à

Revolução de 1848 – fica bem difícil separar o que há de decepção pelo caos social que tem trazido o “progresso” do medo das perigosas massas que conformam as classes trabalhadoras.

Até 1835 começa a gerar-se uma concepção nova do papel e do lugar das multidões na sociedade, concepção que guarda sem dúvida, em suas dobras, rastros evidentes do “medo das turbas” e do desprezo que as minorias aristocráticas sentem pelo “sórdido povo”. Os efeitos da industrialização capitalista sobre o quadro de vida das classes populares são visíveis. E vão mais longe do que as burguesias talvez esperassem. É toda trama social que se vê afetada, transbordada em seu leito por movimentos de massa que põe em perigo os “pilares da civilização” (...). A nova visão sobre a relação sociedade/massas encontra no pensamento de Tocqueville seu primeiro esboço de conjunto. Se antes situavam-se *fora*, como turbas que ameaçam com sua barbárie a “sociedade”, as massas se encontram agora *dentro*: dissolvendo o tecido das relações de poder, erodindo a cultura, desintegrando a velha ordem. Estão se transformando em horda gregária e informe em multidão urbana, transformação que, embora seja percebida em ligação com os processos de industrialização, é atribuída antes de tudo ao igualitarismo social, no qual se vê o germe do despotismo das maiorias. Trocando em miúdos: Toqueville olha a emergência das massas sem nostalgia, inclusive consegue perceber com nitidez que nela reside uma chave do início da democracia moderna (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 43-44).

Em outro fragmento, Martín-Barbero (1997) examina o conceito de *psicologia das multidões*, que expressa a visada da tradição europeia no século XIX:

Depois da comuna de Paris, o estudo acerca da relação massa/sociedade toma um rumo declaradamente conservador. Mas no último quartel do século XIX as massas “se confundem” com um proletariado cuja presença obscena deslustra e entrava o mundo burguês (...). Em 1895, o mesmo ano em que os irmãos Lumière põem em funcionamento a máquina que dará origem à primeira arte de massas, o cinema, Gustave Le Bon publica *La psychologie de foules*, o primeiro intento “científico” para pensar a *irracionalidade* das massas. Podemos medir a importância desse livro na ressonância que encontrará mesmo em Freud, que em *Psicologia das massas e análise do eu* o situa como ponto de partida inevitável para sua própria reflexão (*Ibidem*, p. 47).

Em mais um passo de seu exame evolutivo, Martín-Barbero (1997) acessa o conceito da metafísica do homem-massa:

Proposta uma sociologia (Tocqueville) e uma psicologia (Le Bon, Tarde), já não faltava senão o salto da metafísica. É o que leva a cabo Ortega, com sua teoria do homem-massa, na qual, como ele mesmo explica em uma linguagem tão pouco metafísica como a sua, trata-se de ir “da pele” desse homem e suas “entranhas”. O que significa caminhar do fato social das aglomerações (...) até a dissecação de sua alma: mediocridade e especialização. O exterior, ou seja, a história, está formado pelo crescimento demográfico e pela técnica, que tem seu lado bom “no crescimento da vida” – a vida média se move a uma altura superior, pois tem-se ampliado o repertório de possibilidades da maioria – e

seu lado mau na aglomeração (...) e na especialização que desaloja de cada homem de ciência a “cultura integral”. O interior nos é descrito através de uma longa e sinuosa viagem ao coração do homem-meio, do homem-massa, no qual só há vulgaridade e conformismo. É como os detritos do homem ocidental tivessem tomado o seu coração. No final da viagem Ortega nos espera com uma fórmula que o resume inteiro: “A rebelião das massas é a mesma coisa que Rathenau chamava de a *invasão vertical dos bárbaros*”. Ou seja, o retorno daquela definitiva Idade Média que não é a histórica, pois não está no passado, mas no futuro-presente e seus bárbaros invadindo-nos agora *verticalmente*, quer dizer, de *baixo para cima* (*Ibidem*, p. 53).

Seguindo exame histórico, Martín-Barbero (1997) alcança a contribuição norte-americana para o pensamento social acerca da cultura de massa:

Com o pós-guerra, anos 40, o eixo da economia se desloca e com ele se desloca também, até inverter seu sentido, a reflexão. Mas que um deslocamento, trata-se de uma revolução copernicana, pois enquanto que para os pensadores da velha Europa a sociedade de massa representa uma degradação, a lenta morte, a negação de quanto para eles significa a Cultura, para os teóricos norte-americanos dos anos 40-50 a cultura de massas representa a afirmação e a aposta na sociedade da democracia completa (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 57).

A exposição da evolução histórica do pensamento acerca dos públicos de Martín-Barbero visita o papel da escola sociológica norte-americana em seus pontos cardeais: a distinção entre massas e classes que expõe o contraste entre europeus e norte-americanos, a questão da industrialização e crescimento urbano que motivou fortemente o pensamento social nos EUA, e o protagonismo dos públicos na formação cultural de uma sociedade. Embora se atenha à crítica dos propósitos conservadores de dominação cultural, o exame do autor, nos fragmentos apresentados (que não expressam a totalidade de sua vasta análise), traçam o lugar do pensamento da escola norte-americana acerca da formação dos públicos.

A ecologia humana como força da formação cultural e das ideias de uma sociedade é o eixo tanto da motivação das pesquisas acadêmicas quanto das conclusões que emolduram o pensamento microinteracionista. Partimos das características históricas e contextuais que forjaram a Escola Sociológica de Chicago, tendo a ecologia humana e os processos de interação como pilares de sustentação, para examinar a formação do *mundo percebido*.

Retomando alguns pontos apresentados por Quéré (2018) sobre a opinião entre a perspectiva epistemológica e a praxiológica acerca da formação dos públicos, a comunicação tem papel essencial na construção social da realidade (mundo percebido). A realidade concreta (mundo objetivo), que se apresenta às portas da percepção dos sujeitos e provoca processos complexos de interpretação e interação social, tem, na comunicação, a pedra fundamental do

mundo percebido (edificado socialmente). Dentre os múltiplos fatores que impactam o cotidiano, a gestão da prefeitura é um aspecto destacado – e a relação dos eleitores com a gestão do município é um dos vetores para as escolhas eleitorais. Os indicadores e ações concretas do governo de um município se apresentam para o julgamento (interpretação) dos eleitores. Diante da gestão de equipamentos de serviços públicos, da manutenção da pavimentação das ruas, da poda de árvores, da promoção do desenvolvimento econômico, da assistência social etc., o eleitor interpreta como o governo desempenha o papel de atender as demandas frente ao mundo percebido.

A relação dos eleitores com o governo municipal é regida por variados e complexos aspectos. A experiência dos eleitores com a realidade concreta, administrada por uma prefeitura, tem importância superlativa. No entanto, cabe salientar que nem todos os aspectos da realidade concreta são acessados pela totalidade dos eleitores. Os serviços educacionais experimentados por mães de alunos do ensino fundamental das escolas públicas municipais, que regem as interações desse público sobre o tema da educação (e a performance governamental acerca desse tema), não são acessados pela totalidade dos eleitores. Mas os eleitores que não vivenciam os serviços de educação da prefeitura podem ter expectativas, seja pela possibilidade de uso futuro, pelo altruísmo em face da percepção de carência de outros eleitores, ou de muitas outras reações afetivas manifestas no desejo pelo bem comum. Ainda que um eleitor não experimente um serviço governamental, ele pode acessar conteúdos que circulam sobre o tema: matérias jornalísticas, manifestações em redes tecnológicas, a voz publicitária do governo, a voz crítica da oposição, *fake news* sobre desvio de verbas de um determinado serviço etc. O conjunto dessas possibilidades exemplificadas, dentre outras tantas, retratam gestos e estímulos (termos de Mead) do *mundo objetivo* que subsidiam a construção social da realidade, por intermédio de processos de interpretação e interação. Na perspectiva pragmatista, tanto a experiência com um serviço público quanto o acesso a informações sobre ele emolduram a cena de interação social que constrói as percepções sobre um governo – e essa construção não é imposta ou fruto de relações monológicas.

Na relação dos sujeitos com o *mundo objetivo* e com a construção do *mundo percebido*, estão presentes dois aspectos: os explícitos – em que as atenções dos exames se voltam de forma mais ciosa – e os implícitos. Tanto para Queré, um dos representantes da perspectiva microinteracionista que retratamos, quanto para Charaudeau (2006), as manifestações explícitas – objetivadas em reclamações, críticas nas redes sociais, rejeição em pesquisas de opinião – são regidas por aspectos implícitos. A intencionalidade das interações almeja, conforme apregoa

Blumer (1980), a construção mútua das ideias – assim, os aspectos implícitos são formados e transformados socialmente, portanto, não são fruto de ideias pré-existentes. As experiências com as ações ou com as circulações sobre a performance governamental promovem as interações que formam os aspectos implícitos, que regem as dicotomias avaliativas satisfação/insatisfação e as expectativas futuras continuidade/descontinuidade do governo – essa última dicotomia define, em grande medida, a direção do voto de cada eleitor. Outro aspecto, por exemplo, que rege as escolhas eleitorais de forma prévia é a dimensão ideológica – os simpatizantes de uma orientação política formam comunidades de comunicação, edificadas e regidas por processos de interação, e orientadas por conceitos, estatutos e perspectivas históricas que marcam, no Brasil, uma vasta rede de opções entre os extremos “esquerda” e “direita”. Retrataremos com mais detalhes a dimensão ideológica mais adiante.

2.3.2 Perspectiva pragmatista e formação de comunidades de comunicação

Partimos da ambiência de edificação pragmatista para argumentar a questão dos públicos. Encontramos, em John Dewey (1927), contribuição superlativa para essa reflexão. Negando a tese da formação do Estado por “instintos sociais” – formação causal –, Dewey elabora sua reflexão a partir da relação binária entre *ações humanas* e *consequências*. Dessa relação, o autor considera que: 1) ações humanas promovem consequências sobre os outros; 2) parte dessas ações são percebidas; e 3) a percepção promove o esforço para controle seletivo dessa ação – garantindo umas e renegando outras. O cerne da construção do Estado está, na lógica ternária do autor, na busca de garantias para o bem comum. Essa proposição de Dewey encontra desafios variados, sendo o ponto de partida da sua proposição a distinção entre público e privado. Dewey nota que as consequências das ações humanas se apresentam em duas formas. A primeira, consequências para os envolvidos diretamente nas ações, aparece nas transações – essa forma de transação é categorizada pelo autor de “privada”. A segunda é composta por consequências indiretas que alcançam os que não estão diretamente envolvidos na transação – o que demanda esforço para regulação e controle, que se configura como edificação da essência do Estado. Em ambos os casos, as transações (públicas ou privadas) são caracterizadas por Dewey como sociais – e a distinção entre elas se dá pela abrangência das consequências. Assim, de acordo com o autor, o campo social, na sua relação com o Estado, tem, de um lado, o público – afetado indiretamente pelas ações – e, do outro, os agentes públicos – garantidores do controle dessas consequências. O autor salienta que as necessidades e escolhas manifestas por indivíduos

singulares são transformadas pela conexão com outros indivíduos – associações que formam e transformam indivíduos singulares. As consequências das ações humanas formam reflexões dos sujeitos acerca das diferenças percebidas nessas conexões⁴¹. Dewey, com isso, propõe que o homem, no conjunto de seus pensamentos, ideias e expectativas, é resultado da associação e de interações comunicativas – assim como o Estado representa tais associações.

Dada a proposição de Dewey, a análise sobre o Estado é derivada do entendimento acerca dos indivíduos e das associações essencialmente edificadas pelas interações. Nessa perspectiva, a conceituação de Estado perpassa elementos organizacionais dos públicos por agentes públicos, que buscam os interesses compartilhados (pelos públicos). Tal proposição conduz Dewey à conclusão de que não há um modelo universal de Estado, dada a sua dependência das formações sociais (que não são universais). Outra conclusão do autor: a construção do Estado é permanente e a fixidez política não é garantidora do interesse comum – uma vez que as mudanças das associações de sujeitos impõem transformações no Estado por intermédio de organização política do público. Dewey ainda aprofunda os argumentos de sua proposição, apresentados sumariamente aqui. A contribuição do autor para o debate enunciado pela presente tese é a do protagonismo dos públicos, seja na edificação dos quadros de referência que regem os interesses dos eleitores sobre como um governo deve se portar e quais frutos produzir, ou, sobretudo, para os nossos propósitos, na construção do *quadro reputacional* que estaqueia padrões de escolha do(a) candidato(a) potencialmente capaz de produzir o governo desejado pelos eleitores.

Seja qual for o município, as expectativas eleitorais são homogêneas para todos os eleitores? Essa é a questão que orienta o presente subcapítulo. A formação de segmentos de eleitores está vinculada ao conceito relativo de interpretação do mundo objetivo. As interações sociais, nesse sentido, não idealizam estados consensuais dos eleitores – como apregoam as proposições habermasianas. Os públicos também não são vítimas de uma ilusão coletiva de que criam as próprias ideias, nos termos deterministas dos que advogam as proposições durkheimianas. Para essas duas abordagens, a perspectiva de segmentação dos públicos em comunidades de comunicação encontra grandes desafios. Goffman (2012), por exemplo, que se mostra presente tanto nas proposições microinteracionistas quanto nas durkheimianas, reconhece a importância das interações. O autor, ao propor a ordem das interações como reforço para a ordem social que se impõe, reconhece a formação das comunidades de comunicação como rituais de um laço social, conforme descrito por Luiz Mauro de Sá Martino:

⁴¹ O que Laclau e Mouffe (2015) consideram ao proporem a estratégia hegemônica, como veremos mais adiante.

Nos rituais estamos unidos às pessoas da nossa comunidade. Nos sentimos parte de um grupo, pertencemos a um lugar. Mesmo se a *performance* do ritual for individual, seu valor depende deles serem reconhecidos e praticados por um conjunto de pessoas. Rituais tem sentido exatamente por essa ligação com o grupo: são parte das interações sociais, de um “bom dia” ao tomar o ônibus até as cerimônias complexas, de uma festa de aniversário em família até o encontro de chefes de estado (MARTINO, 2021, p. 49-50, grifo do autor).

Um campo de estudos do comportamento eleitoral deve levar em conta os segmentos de eleitores que promovem escolhas distintas. Esse tema é sobretudo importante para a presente investigação, pois, em nosso entendimento, a construção do *quadro reputacional* advém das interações ocorridas nos variados grupos sociais que compõem uma sociedade. As *comunidades de comunicação* edificadas socialmente são eivadas de motivações variadas, como, por exemplo, religião, ideologias partidárias, uso de equipamentos governamentais, região de moradia e prioridades governamentais. Em última instância, a relação dos sujeitos com o cotidiano, o impacto do *mundo objetivo* que promove o *mundo percebido* pelas interações em comunidades de comunicação, edifica o *quadro reputacional* que orienta os julgamentos sobre candidaturas. A formação dos públicos é a origem das variações de escolhas eleitorais, indicadas, por exemplo, em tabelas de resultados de pesquisa de intenção por perfil dos eleitores e nos celebrados mapas com “manchas” eleitorais dos candidatos.

A proposição de Bourdieu (2017) acerca da formação dos públicos e das opiniões é uma perspectiva exemplar que se opõe à postulação meadiana. Para Bourdieu, a multiplicidade de fatores relacionais (incluindo as possíveis formas de interação), que forma públicos e opiniões, está vinculada por “sobredeterminação” a uma “causalidade estrutural”:

Não se pode justificar de maneira, a um só tempo, unitária e específica, a infinita diversidade das práticas a não ser mediante a condição de romper com o *pensamento linear* que se limita a conhecer as estruturas simples de ordem em relação à determinação direta para se aplicar a reconstruir as redes de relações amaranhadas, presentes em cada um dos fatores. A *causalidade estrutural* de uma *rede de fatores* é totalmente irredutível à eficácia acumulada do conjunto das relações lineares dotadas de força explicativa e isoladas forçosamente pela necessidade de análise, ou seja, aquelas que se estabelecem entre os diferentes fatores, examinados um por um, e a prática considerada. Através de cada um dos fatores, exerce-se a eficácia de todos os outros, de modo que a multiplicidade das determinações conduz não à indeterminação, mas à sobredeterminação: assim, a sobreposição das determinações biológicas ou psicológicas com as determinações sociais na formação da identidade sexual definida do ponto de vista social – dimensão fundamental da personalidade social – é apenas um caso particular, apesar de ser particularmente importante, de uma lógica que se encontra, também, em ação

no caso de outras determinações biológicas – por exemplo, o envelhecimento (BOURDIEU, 2017, p. 101).

Para o autor, a formação dos hábitos dos sujeitos encontra condições homogeneizadas condicionalmente na tríade “volume” do capital (capital econômico, capital cultural e capital social), “estrutura” do capital e evolução temporal. No que se refere ao volume e à estrutura do capital em uma sociedade, Bourdieu salienta as relações de simetria inversa entre o econômico e o cultural, por exemplo – e, assim, postula a perspectiva hierarquizada da formação das ideias.

Especificamente sobre as ideias políticas, o autor apresenta crítica sobre os conceitos de “opinião pessoal” e limitações das condições para um julgamento político pelas massas. A partir dessas considerações, Bourdieu alcança o que denomina de “modos de produção da opinião” em três possibilidades: o *ethos* de classe; partido político sistemático; e a fusão dos dois anteriores. Os dois primeiros modos são apresentados em face da relação dos sujeitos com o mundo que os cerca – não guiados por interações com essência em uma perspectiva de intencionalidade (como defende Mead), mas por determinações sistêmicas.

Tudo opõe a *coerência intencional* das práticas e discursos engendrados a partir de um princípio explícito e explicitamente “político” e a sistematicidade objetiva das práticas produzidas a partir de um princípio implícito, portanto, aquém do discurso “político”, ou seja, a partir de esquemas de pensamento e de ação objetivamente sistemáticas, adquiridos por simples familiarização, fora de qualquer inculcação explícita, e acionados segundo o modo pré-reflexivo. Sem estarem vinculadas mecanicamente à situação de classe essas duas formas de *disposição política* estão estritamente associadas a ela por intermédio, principalmente, das condições materiais de existência (BOURDIEU, 2017, p. 392, grifo do autor).

A partir da relação visceral entre as “condições materiais de existência” e as posições políticas, Bourdieu chega a conclusões como no exemplo da inclinação das classes populares às proposições políticas populistas. Sem o propósito de um exame aprofundado sobre o autor, ressaltamos que algumas questões podem ser colocadas em tela para a discussão acerca da oposição entre as proposições deterministas e microinteracionistas na formação dos públicos. Apenas a título de exemplo, as pesquisas eleitorais nas eleições de 2018 apontavam a questão religiosa (evangélicos) como central na explicação do voto bolsonarista – nesse sentido, nem a classe social, a relação partidária ou as condições materiais de existência parecem apresentar explicações para o fenômeno. Por outro lado, uma vez comprovada a relação religiosa como condutora das escolhas eleitorais, os processos de interação entre os crentes (pobres ou ricos; partidários ou apartidários), embora, também, sob influência de autoridades religiosas, é um fator potencialmente explicativo. Para além do exemplo, por um lado, a postulação de Bourdieu

desconsidera qualquer “inculcação explícita” na formação das ideias políticas. Por outro, reconhece que as “condições materiais de existência” e as relações partidárias protagonizam a construção das escolhas políticas. A inculcação automática também é rejeitada por Mead (Morris, 2010), em face da proposição apreensiva das ideias em processos de reflexão e interação. No que se refere às condições de existência, tanto Mead quanto Bourdieu reconhecem a importância desse elemento, embora com influências distintas. Em Mead (e também em Peirce), o *mundo objetivo*, que cerca os sujeitos, se apresenta como insumo para apreensões, interpretações e interações.

Tanto a proposição determinista de Bourdieu quanto a perspectiva pragmatista de Peirce (adaptada para o campo social por Mead) reconhecem a realidade concreta (o *mundo objetivo*) como elemento central da formação das ideias e dos públicos. Para o primeiro, a relação com o *mundo objetivo*, dadas as condições materiais de existência, segrega os sujeitos em relações sociais eivadas de interações que reafirmam sobredeterminações impostas por uma causalidade estrutural, com imposição da dicotomia na politização entre a opinião pessoal e a cena geral, uma vez que:

(...) a vontade de ter uma opinião e fornecer-lhes os meios de produzi-la – deve por si mesma oscilar incessantemente entre a formação das fórmulas gerais sobre o mundo econômico e social, por um lado, e, por outro, as referências diretas à experiência imediata – sem nunca poder proceder à análise impossível, tanto para o produtor quanto para o receptor, que haveria de estabelecer a verdadeira relação entre o caso particular e seus derradeiros fundamentos na economia política: se a atenção à situação concreta é indispensável para sua credibilidade, a superação do caso particular que confina na particularidade, portanto, isola, nem por isso deixa de impor-se já que é condição de mobilização coletiva em torno de problemas comuns. Essa dialética do geral e do particular encontra-se no âmago da política e, principalmente, no empreendimento de politização, com a necessidade para uns – estreitamente comprometido com a ordem estabelecida – de universalizar seus interesses particulares e, para outros, de apreender nessa universalidade a particularidade de sua condição (BOURDIEU, 2017, p. 407-408).

Para Peirce, a realidade se apresenta às portas da percepção para a interpretação e o julgamento dos sujeitos – uma vez que o pensamento é um ato intencional. Em Mead, os processos de interação social a partir da apreensão e interpretação dos sujeitos sobre a realidade vivida produzem a formação das ideias e das comunidades de comunicação. A comunicação e a perspectiva social da formação dos públicos estão imbricadas em qualquer exame sobre a relação dos sujeitos com o mundo político – não seria diferente na formação do campo reputacional.

Outra postulação exemplar acerca da natureza dos públicos, bem como da relação com os temas políticos, que se opõe à proposição meadiana, vem da “tradição do conflito” (nos termos de Collins [2009]). Laclau e Mouffe (2015) partem do exame da tradição socialista, apontando criticamente a sua trajetória histórica, para proporem uma política democrática radical. Os autores concebem o campo social como espaço discursivo e “indecidível”, em que uma proposição hegemônica deve considerar as possíveis distinções de posições dos sujeitos no tecido social. A relação entre universalidade e particularidade, abordada também por Bourdieu, é apresentada pelos autores como elemento de tensão gerido por antagonismos que impõem uma condição não definitiva para uma hegemonia pretendida. Diante desse quadro social estabelecido, a relação do diálogo político com os públicos (em nosso exame: da construção da reputação política) é edificada, na visão dos autores, pela criação de uma “cadeia de equivalências” entre variadas perspectivas de lutas democráticas contra “diferentes formas de submissão”. Os autores endereçam a postulação que apresentam posicionando que a construção social é mediada pela discursividade e não imposta por imediação:

(...) nossa análise deve ser diferenciada de análises em que a universalidade encontra uma expressão direta, não hegemonicamente mediada, no campo social, e daquelas em que as particularidades são meramente justapostas sem qualquer mediação concebível entre elas – como em algumas formas de pós-modernismo. Mas, se uma relação de representação hegemônica é possível, seu *status* ontológico tem que ser definido. É neste ponto que, para nossa análise, torna-se da maior importância uma concepção social como espaço discursivo – ou seja, que possibilita relações de representação estritamente inconcebíveis no interior de um paradigma fisicista ou naturalista. Em outras palavras, nós mostramos que a categoria “discurso” em uma genealogia no pensamento contemporâneo que remonta às três correntes intelectuais do século XX: a filosofia analítica, a fenomenologia, e o estruturalismo. Nestas três, o século começou com uma ilusão de imediação, de um acesso não mediado discursivamente às coisas-em-si – o referente, o fenômeno e o signo, respectivamente. Em todas três, contudo, essa ilusão de imediação dissolveu-se em algum momento, e teve que ser substituída por uma outra forma de mediação discursiva (LACLAU; MOUFFE, 2015, p. 37-38).

Os autores reconhecem a formação de públicos distintos e, em pontuações críticas sobre a trajetória histórica do socialismo, apregoam a união de classes por interesses políticos comuns: “na medida em que o deslocamento de estágios compele a classe trabalhadora a agir num terreno de massas, ela deve abandonar seu gueto de classe e transformar-se em articuladora de uma multiplicidade de antagonismos e demandas que se espalham além de si mesma” (*Ibidem*, p. 120). Com isso, entendem que a hegemonia é alcançada por articulação, que é a base da construção social para as proposições políticas. No entanto, o debate dos autores com

o pragmatismo esboça diferenças no que se refere à construção dos públicos. O debate direto de Laclau com o pragmatismo se edifica na relação com as proposições de Richard Rorty⁴² (2017) – que tem a influência de Dewey na formação de seu pensamento. Mouffe (2017), ao endereçar o pensamento de Rorty, registra o seu embate também com a perspectiva de racionalidade habermasiana:

Contra Apel e Habermans, Rorty argumenta que não é possível derivar uma filosofia moral universal da filosofia da linguagem. Para ele, não há nada na natureza da linguagem que possa servir como base para justificar, diante de todos os públicos possíveis, a superioridade da democracia liberal. Ele insiste que considerar os avanços democráticos como se estivessem ligados ao progresso da racionalidade não é útil. (...) Em sua opinião, o que está em jogo aqui não tem nada a ver com racionalidade, mas é uma questão de crenças compartilhadas. Ele afirma que chamar uma pessoa de irracional nesse contexto “não significa que ela não esteja fazendo uso apropriado de suas faculdades mentais. É apenas dizer que ela não parece compartilhar suficientes crenças e desejos com alguém para poder conversar com ela frutiferamente sobre um ponto de disputa. Então a força, em vez de persuasão, terá que ser usada”.

Nessa perspectiva, a ação democrática não requer uma teoria de verdades e noções como incondicionalidade e validade universal, mas sim uma variedade de práticas e movimentos pragmáticos destinada a persuadir as pessoas a ampliarem o alcance de seus compromissos aos outros, para construir uma comunidade mais inclusiva (MOUFFE, 2017, p. 14-15).

Laclau, em embate direto com Rorty, apresenta concordâncias e discordâncias com a sua perspectiva pragmatista. Sobre a concordância, Laclau indica a formação dos valores éticos pelo “conversacionismo” rortiano. Já as discordâncias inscrevem-se: “Entre o que chamo de “construção hegemônica-discursiva” e o “conversacionismo” de Rorty (...)” (LACLAU, 2017, p. 97). O autor, ao contrário de Rorty, defende a formação dos públicos em uma perspectiva não fundacionista de sentido, enquanto o “conversacionismo” rortiano se apresenta no fundamento de interações pacíficas, “como se a natureza não-fundacional implicasse o caráter “civilizado” da troca. Ora, isto não se segue em absoluto” (*Ibidem*). Laclau segue sua apresentação de discordâncias afirmando que a proposição da conversação de Rorty somente é possível se aplicada em um mundo racionalista – o que Rorty nega, a favor do conceito de

⁴² Pogrebinschi (2006) analisa a obra de Richard Rorty, a partir da autodefinição do autor como neopragmatista. Pogrebinschi aponta duas diferenças entre o pragmatismo de Peirce, James e Dewey e o neopragmatismo de Rorty: a primeira se refere ao relismo que caracteriza os primeiros e o antirrealismo rortiano. Para os primeiros, a experiência ultrapassa a esfera da linguagem. Já para Rorty, a linguagem é protagonista e se coloca acima da experiência. A Rorty é reconhecido o papel, segundo Pogrebinschi, de recuperar a tradição pragmatista. E, com ela, Mouffe e Laclau estabelecem um debate sobre “desconstrução e pragmatismo”, bem como com as obras de Simon Critchley e Jacques Derrida.

compartilhamento de crenças. Cabe salientar que a proposição meadiana, com a qual Laclau não embate diretamente, concebe a construção de comunidades de comunicação, em que a convivência não conflituosa é possível intragrupos e a articulação entre grupos é apresentada como necessária para as práticas hegemônicas. É importante notar que Laclau, ao apresentar os eixos de discordância com Rorty, reconhece nitidamente sua aproximação com a perspectiva pragmatista:

Essas objeções não têm nada a ver com os aspectos básicos de seu pragmatismo – um terreno do qual não me encontro muito longe –, mas sim com a unilateralização dos resultados desse pragmatismo. Dito de outra maneira: penso que ele se quer basear sobre premissas pragmatistas a política concreta que defende, falta algum movimento intermediário em sua argumentação (LACLAU, 2017, p. 98).

Sobre a perspectiva de Rorty, Laclau apresenta três pontuações básicas: 1) a perspectiva de que a verdade sempre foi mais construída do que descoberta no trajeto histórico da humanidade (sobretudo no que se refere ao aparecimento de diversas correntes de pensamento científico) – o que Laclau indica antagonizar com outros pontos do pensamento pragmatista de Rorty; 2) a vinculação ao liberalismo de Rorty não seria justificada por conceitos pragmatistas: “O pragmatismo, como gesto intelectual, libera muito mais possibilidades e direções de desenvolvimento do que Rorty está realmente disposto a reconhecer” (LACLAU, 2017, p. 99); e 3) as omissões de Rorty sobre a distinção teórica entre “exigências (privadas) de autocriação e aquelas (públicas) de solidariedade humana (...)” (*Ibidem*, p. 103). Ao final de seu exame sobre Rorty, Laclau reconhece suas qualidades:

Penso que o mérito de Rorty foi ter reinscrito a problemática do pragmatismo americano no domínio mais amplo da crítica do Esclarecimento e da discussão geral referentes aos limites da Modernidade. É, certamente, através dessa reinscrição que uma infinidade de temas pragmatistas pode desenvolver completamente seu potencial subversivo e criativo (*Ibidem*, p. 104).

Em resposta a Laclau, Rorty (2017) indica concordância com o conceito de linguagem como sistema de diferenças. Rorty concorda também com Laclau sobre a perspectiva da conversação pacífica ser apenas um dos possíveis “jogos de linguagem” e que não deseja fundamentar políticas concretas sobre premissas pragmáticas. Sobre a acusação de ausência de clareza acerca dos temas referentes às categorias de sujeitos, Rorty responde:

Isso acontece porque não estou certo quanto a utilidade da noção de “*status teórico*”. Jamais fui capaz de entender a afirmação de que algo tenha sido “inadequadamente teorizado”. Como um bom pragmatista, acredito que as teorias sejam como ferramentas: só as buscamos quando há um problema para se resolver. Não há critério para a insuficiência de uma teorização além de sua especificação como um problema (RORTY, 2017, p. 115-116, grifo do autor).

Ao final de sua resposta, Rorty apresenta concordância com Laclau também sobre o reconhecimento dos perigos tanto do pragmatismo (que não acredita nas estruturas sociais subjacentes) quanto do conceito de desconstrução derridiana (enquanto eliminação das estruturas sociais⁴³). E aponta como causas principais o provincianismo: norte-americano do primeiro e europeu (sobretudo francês) do segundo.

Para além do debate com Rorty, que confere tangibilidade ao endereçamento da perspectiva pragmatista frente a outra importante tradição do pensamento social (Teoria do Conflito), Laclau estaqueia sua proposição definindo os limites do avizinhamento que declara ter com o pragmatismo, sobretudo no que se refere aos conceitos de decisão e de sujeito. Laclau afirma que “o sujeito é a distância entre a indecidibilidade⁴⁴ da estrutura e a decisão” (LACLAU, 2017, p. 88). E complementa, afirmando que:

O momento da decisão, o momento da loucura⁴⁵, é este salto da experiência de indecidibilidade para um ato criativo, uma ordem que requer sua passagem através da experiência. (...) A condição para a emergência do sujeito (decisão) é que ele não pode ser submetido sob nenhum determinismo estrutural, não porque seja uma substância em si mesma, mas porque a determinação estrutural – que é o único ser que o assim chamado sujeito poderia ter – não conseguiu ser seu próprio fundamento, e tem que ser suplementada por intervenções contingentes. Desse modo, uma lógica da suplementaridade está em ação, o que requer algo diferente da determinação estrutural para explicar a realidade (LACLAU, 2017, p. 88-89).

Para os propósitos de nossa tese, essa discussão traz à luz o tema central sobre como o *quadro reputacional* é formado e em que medida a estrutura social adjacente é um impeditivo para a autonomia dos sujeitos na sua construção. Se, por um lado, Laclau admite que a emergência da decisão dos sujeitos não está submetida a um determinismo social, por outro,

⁴³ Nossa perspectiva, em linha com a proposição meadiana, reconhece que as estruturas sociais estão em permanente transformação pelos processos interacionais. Não entendemos que essa perspectiva ofereça algum “perigo” para as análises acerca das estruturas sociais.

⁴⁴ Laclau (2017) trata do conceito de “indecidibilidade estrutural” como um conjunto lógico “quase-transcendental” que está inserido no campo político em três eixos: representação, tolerância e poder (sobre a emancipação). A decisão, em Laclau, não pode estar externa à estrutura. E a estrutura seria indecível, pois não se pode delimitar a decisão a uma “clausura algorítmica”.

⁴⁵ Termo que Laclau traz de Kierkegaard por intermédio de Derrida.

admite também que a formação das ideias não ocorre fora os limites estruturais. Primeiramente, o autor salienta o papel da “identificação” para fornecer visibilidade de critérios na decisão dos sujeitos – nesse sentido, a autonomia dos sujeitos é aplicada a conceitos presentes nas estruturas sociais. Além disso, a “indecidibilidade estruturada” é defendida por Laclau em sua argumentação sobre a perspectiva da desconstrução e do pragmatismo em alguns eixos: 1) nenhuma “consciência substancial” é elaborada fora da estrutura social; 2) a constituição indecível da estrutura requer decisões não predeterminadas (emergência do sujeito); 3) essa constituição da estrutura não expressa a identidade do sujeito, mas os “atos de identificação”; 4) esses atos forjam a identidade do sujeito na conjugação do que ele é com a “completude ausente”; 5) enquanto “objeto impossível”, a completude ausente não encontra conteúdos pré-determinados e não se determina fora de um contexto; e 6) uma vez que a decisão ocorra no “interior de um contexto determinado”, ela não é autônoma – em parte limitada à estrutura, em parte “desestruturada”: “A loucura da decisão é, se vocês quiserem, como toda loucura, regulada. A dialética entre decidíveis e indecíveis sociais é mais primária do que qualquer unilateralidade dos momentos de determinação estrutural (de regra), ou de decisão” (LACLAU, 2017, p. 93). De uma forma geral, Laclau reconhece (e se declara próximo de) a perspectiva pragmatista da participação dos sujeitos na formação das ideias e, assim, na formação dos públicos. Essa participação leva em conta os limites estruturais – também reconhecidos pela perspectiva meadiana enquanto padrões sociais construídos pelos sujeitos que formam a sociedade.

Se, por um lado, observamos pontos de contato da perspectiva pragmatista com outras tradições sociológicas, por outro, como já salientado, observa-se a defesa de outra tradição no seio das proposições microinteracionistas. É o caso de Erving Goffman, ao propor os processos de interação (e conversação) regidos também pela perspectiva durkheimiana.

Erving Goffman já foi discutido em uma linhagem intelectual diferente. Seu ponto forte é a microsociologia, mas seu aparato teórico é a teoria Durkheimiana dos rituais, mais do que a tradição americana do interacionismo simbólico. Goffman sempre destacou que a estrutura social vem em primeiro lugar, enquanto a consciência subjetiva é secundária e derivada da primeira; até mesmo sua teoria sobre os modos de apresentação do self é essencialmente uma discussão do self enquanto um mito moderno segundo o qual as pessoas são obrigadas a representar, e não enquanto uma entidade subjetiva que as pessoas possuem de forma privada (COLLINS, 2009, p. 233).

Essa aproximação da microsociologia com o determinismo durkheimiano é apresentada por Goffman (2012) no que ele denomina de classes de esquemas primários, as naturais e as sociais:

Os esquemas naturais identificam as ocorrências consideradas não dirigidas, não orientadas, não animadas, não guiadas, “puramente físicas”. Tais acontecimentos não guiados são aqueles considerados totalmente devidos, do começo ao fim, a “determinantes naturais”. Pensa-se que nenhuma influência voluntária interfere causal ou intencionalmente, que nenhum ator dirige continuamente o resultado. (...) Os esquemas sociais, por outro lado, fornecem uma compreensão de fundo para os acontecimentos que incorporam a vontade, o objetivo e o esforço de controle de uma inteligência de um agente vivo, sendo o principal deles o ser humano. Esse agente é tudo menos implacável; ele pode ser seduzido, lisonjeado, desafiado e ameaçado. Aquilo que ele faz pode ser descrito como “ações guiadas” [guided doings] (GOFFMAN, 2012, p. 45-46).

Essa conjunção teórica, embora expresse a importância de Goffman na sociologia norte-americana, muito pela aproximação da escola microinteracionista ao pensamento dominante do determinismo social, representa mais fortemente o determinismo conjugado com a conversação do que a escola interacionista simbólica (que tem o pensamento de Mead como mantenedor). No entanto, merece destaque pelo poder crítico que impõe ao estar inserida na tradição microinteracionista e, ao mesmo tempo, astecendo a flâmula durkeimiana.

Para Goffman, a ordem social se manifesta na ordem da interação (MARTINO, 2021). Ou seja, para o autor, as características de uma sociedade se impõem nas interações cotidianas. Por outro lado, Goffman apregoa que as interações têm o papel de fortalecer as regras de conduta pré-estabelecidas. Assim, Goffman, na descrição de Martino (2021), apresenta uma importante distinção: “A ordem social diz *o que* fazer nas relações sociais; a ordem da interação mostra *como* fazer.” (MARTINO, 2021, p. 172, grifo do autor)⁴⁶.

O tema da interação é central na obra de Goffman, que tem no Interacionismo Simbólico forte referência:

As posições do interacionismo simbólico estão presentes em toda a obra de Goffman: o fato de tudo ter um significado, nada ser gratuito e qualquer mínima ação humana remeter a algo mais amplo na cultura estão entre os pontos de contato (MARTINO, 2021, p. 179).

Os pontos de contato de Goffman tanto com o determinismo social durkheimiano quanto com a perspectiva pragmatista, ao invés de mostrarem contradições grotescas, exaltam o caráter complexo do autor:

⁴⁶ Usamos essa distinção para apresentar a perspectiva ideológica das escolhas eleitorais mais adiante.

A essas influências – Durkheim, Simmel, o Interacionismo Simbólico – pode ser acrescentado também a Sociologia da Universidade de Chicago, sobretudo na perspectiva de observação e etnografia (...). Goffman, no entanto, dificilmente poderia ser reduzido a uma única categoria, como “durkeimiano” ou “interacionista simbólico” sem deixar de lado a originalidade de sua abordagem, combinando essas influências e procurando desenvolver, a partir delas, uma maneira de compreender a sociedade (MARTINO, 2021, p. 180).

Diante do exposto, entendemos que a conceituação de público e a perspectiva de sua formação é fundamental para a elaboração da tese de construção social do *quadro reputacional*. Nas palavras de Berger (2014), que advoga sobre a construção social da realidade, a sociologia, enquanto “preocupação intelectual de interesse para certas pessoas”, assim como outras disciplinas, não se apresenta como atividade “imemorial e necessária do espírito humano”, mas “se afigura como uma cogitação peculiarmente moderna e ocidental (...) constituída por uma forma de consciência peculiarmente moderna” (BERGER, 2014, p. 35-36). Endentemos, em face da perspectiva meadiana, que o campo social é imprescindível para o estudo da comunicação. Dessa forma, quem se lança ao exame de processos comunicacionais é o tipo de pessoa para quem a sociologia deve ser uma preocupação intelectual. A perspectiva meadiana se caracteriza em diferenciação pelo protagonismo que confere ao campo social, da construção social por interação entre os sujeitos. Berger (2014) parte de uma alegoria sobre a fachada de uma edificação para traduzir a importância da sociologia para o exame da construção social da realidade:

Foi com a desintegração do Estado absolutista que se pôde enxergar o arcabouço subjacente da “sociedade” – isto é, um mundo de motivações e forças que não podia ser compreendido em termos das interpretações oficiais da realidade social. A perspectiva sociológica pode então ser compreendida em termos de uma frase coloquial como “olhar por trás dos bastidores”. (...). As fachadas das casas nada nos podem dizer, nada revelando senão uma conformidade arquitetônica aos gostos de algum grupo ou classe que talvez nem mais habite naquela rua. Por trás das fachadas escondem-se os mistérios sociais. O desejo de desvendar esses mistérios é análogo à curiosidade sociológica (BERGER, 2014, p. 40-41).

Nesse sentido, além da perspectiva unilateral da estrutura social defendida por Bourdieu (2017), em que a ação dos sujeitos é regida por estruturas sociais deterministas – relativizada por Laclau (2017) e negada pela perspectiva meadiana –, a representação de uma sociedade pela opinião publicada (CHAMPAGNE, 1996), nos discursos de classes dominantes, não traduz necessariamente uma realidade social. Nesse sentido, o *quadro reputacional* não é um “detalhe

arquitetônico de uma fachada”, mas um valor construído e observado por aqueles que se propõem a adentrar a casa e examinar seus habitantes.

Nos tempos atuais, muitos novos fenômenos estão presentes na formação das ideias dos sujeitos. A comunicação de massa foi potencializada pelas redes sociotécnicas: as informações a que os sujeitos têm acesso foram superlativamente expandidas. Um dos fenômenos mais discutidos a partir de 2018 é a prática de *fake news* (notícias falsas) enquanto expediente para convencimento dos públicos em uma direção política. Em nosso ponto de vista, o sucesso de uma mensagem com conteúdo falso não indica, necessariamente, a imposição automática de um pensamento, ideia ou versão da realidade. Os sujeitos, convencidos por uma notícia falsa, interagem e elaboram ideias equivocadas – dessa forma, não absorvem automaticamente os argumentos. Entendemos que o fenômeno das crenças em notícias falsas, não obstante as possíveis capacidades de discernimento e de conhecimento dos sujeitos, se apresenta em (pelo menos) duas categorias básicas: *idiossincráticas* (crenças em inverdades absurdas) e *verossímeis* (crenças em inverdades que se assemelham a verdades). O estudo da primeira categoria seria demasiadamente extenso (o que já ocupa a dedicação de outros pesquisadores), além de nos afastar dos propósitos de nossa investigação. A crença no argumento de que a Terra é plana, por exemplo, se apresenta como construção social da (ir)realidade fundamentada em uma motivação idiossincrática de difícil explicação – por mais que tudo que venha a ser argumento, as crenças em algo assim não parecem ser facilmente explicadas sem o exame de relações fenomenológicas complexas. Por outro lado, as notícias falsas que têm como insumo a verossimilhança, não a inverdade absurda, merecem alguns apontamentos em nosso exame. Primeiramente, os agentes envolvidos em um empreendimento com essa característica (produção e disseminação de notícia falsa) têm papéis distintos no fenômeno: criadores da notícia, disseminadores estratégicos (conscientes sobre natureza do conteúdo), disseminadores inocentes (convencidos de que a notícia é verdadeira), leitores que acreditam, mas que não interagem etc. Mead (Morris, 2010), em sua proposição, reconhece que um “estímulo”, ao chegar em uma comunidade de comunicação, promove processos de interação em vez de internalização automática. Podemos até culpar alguém por não ter se debruçado sobre a origem de uma informação – para o caso de um rigor excessivo sobre o exame do comportamento dos públicos –, mas não poderemos confundir a crença em um conteúdo com a necessária internalização automática. Na perspectiva pragmatista, conteúdos (entendemos que tanto os falsos quanto os verdadeiros) estão sob o regime das interações – e são elas que podem livrar ou lançar os sujeitos ao engano.

Essa questão das notícias falsas é central tanto para os dias atuais quanto para a proposição da construção social da realidade em si – uma vez que ideias ruins e até falsas podem fazer parte do inventário de ideias presentes em uma sociedade. Sandstrom, Martin e Fine (2016) examinaram o impacto do “boato”⁴⁷ na formação social das ideias. A questão relativa entre inverdade absurda e verossimilhança está presente na argumentação dos autores:

Os boatos podem, em alguns casos, se mostrar verdadeiros, enquanto que em outros vêm ser totalmente falsos. Além disso, alguns rumores podem ser de fato incorretos nas particularidades de sua afirmação, mas revelam verdades fundamentais sobre a natureza da ordem cultural. Julgar a verdade de alguns boatos é simples, enquanto avaliar a fundamentação de outros é quase impossível. Se um boato sustenta que uma determinada pessoa está grávida ou tem Aids, as afirmações podem ser facilmente verificadas por meio de testes científicos comuns. Mas considere o caso dos boatos que proliferam em torno do assassinato do Presidente John F. Kennedy. Podemos dizer com certeza quem matou ou não matou Kennedy, e se havia uma conspiração envolvida? Um pormenor semelhante poderia ser feito em relação ao assassinato do Reverendo Martin Luther King Jr., um tema sobre o qual ainda há discordância e rancor consideráveis. Embora não devamos descartar a possível veracidade ou falsidade de um boato, precisamos reconhecer que pode ser igualmente importante saber se as pessoas supõem que ele seja verdadeiro ou falso. Consequentemente, temos que indagar sobre as condições que tornam um boato em particular plausível para a sua audiência. Os julgamentos acerca da plausibilidade de um boato representam uma complexa combinação de avaliações sobre a forma como o conteúdo se ajusta a uma série de crenças culturais, juntamente com as avaliações sobre o seu narrador. Aquilo que as pessoas acreditam, no que se refere a um boato e seu narrador, reflete a forma como elas percebem a si mesmas, seus pares, e as condições em que vivem (SANDSTROM; MARTIN; FINE, 2016, p. 310-311).

A partir do destaque com que os autores retraram a complexidade do fenômeno “boato”, em face do que se observa nos acontecimentos políticos a partir de 2018 no Brasil, ressaltamos dois elementos para nosso exame: a relação dos sujeitos com os boatos e com os narradores – sem desconsiderar, como observado pelos autores, as condições de vida dos sujeitos.

Em nossa perspectiva, e em face do exposto, é necessário levar em consideração quatro eixos avaliativos na relação dos sujeitos com o fenômeno “boato”: limitações para o exame da veracidade; a verossimilhança; a conveniência com a forma de pensar; e a arma política em que os “fins justificam os meios”. Primeiramente, é preciso levar em conta as capacidades intelectuais dos sujeitos (para discernir sobre veracidade) convencidos por um boato – as limitações intelectuais são motivadoras de produções de inverdades e a causa de muitos que

⁴⁷ Não trabalharemos os possíveis debates que podem trazer alguma distinção entre *fake news* e boatos. Dessa forma, fazemos a exposição dos dois conceitos sem, necessariamente, indicar que são sinônimos.

acreditam em boatos. Exemplo desse caso, observado em 2018, é a acusação de lideranças evangélicas contra opositores de Bolsonaro de que seriam patronos de um plano para instituição do comunismo que perseguiria cristãos no Brasil. O segundo eixo, a verossimilhança, pode usar elementos que se assemelham à verdade para convencer pessoas de diferentes capacidades de avaliação – políticos que sofrem alguma investigação, pelo estigma que a situação confere, estão vulneráveis a boatos sobre crimes não cometidos. A verossimilhança entre investigado e condenado favorece as ações estratégicas de desconstruções de imagem pública. O boato conveniente atende demandas dos que procuram justificativas para reforçar ideias sobre as quais já estão convencidos – nessa perspectiva, a descoberta de mais uma “evidência” coroa de tal sorte as percepções que a possibilidade de a notícia ser inverídica pode nem ser cogitada. Trata-se do tipo de fenômeno que está, de alguma forma, muito presente na conjugação entre limitação intelectual e a simpatia por uma ideologia política. O último fenômeno que entedemos ser possível é a disseminação estratégica de notícias falsas de forma consciente: independentemente da capacidade intelectual, ou da matriz ideológica a que se afeiçoa, o sujeito que pratica esse tipo de modalidade comunicativa encarna a figura de um combatente cuja vitória contra o oponente é o objetivo único.

O outro aspecto que trazemos de Sandstrom, Martin e Fine (2016) é a relação dos sujeitos com os narradores. O que se observa na atual dinâmica da política brasileira é o uso indiscriminado de boatos por autoridades instituídas. E, para os eixos apresentados acima (relação com o boato), a narração de um boato por uma autoridade política é muito potente. As relações de confiança com a fonte da notícia (políticos, líderes, veículos, acadêmicos) confere ao boato traços de veracidade irrepreensíveis. Seja pela relação com o boato ou com os narradores, a construção social da realidade não é descredenciada por esse fenômeno – as interações e a produção da realidade percebida podem ser edificadas sobre alicerces de verdade, verossimilhança ou inverdades absurdas, a depender das características dos interagentes.

Voltenos ao tema central deste subcapítulo. Como já salientado, o campo da comunicação, sobretudo o objeto de nossa investigação (reputação), nos leva, necessariamente, ao exame do conceito de público. Henriques (2018), no estudo da relação entre a formação dos públicos e a interação com organizações, pontua questões importantes para a nossa análise. De tudo que pode ser produzido no ato social, na perspectiva comunicativa/construtivista, o *quadro reputacional* é um dos produtos mais intrigantes. Henriques retrata a formação dos públicos na interação com organizações – uma reflexão que merece destaque e possíveis investigações sobre outras aplicações, como, por exemplo, as candidaturas políticas. O autor debate a questão

da objetivação dos públicos acessando Quéré: na relação com as organizações, os públicos podem ter lugar de sujeito ou objeto.

Isso nos fornece elementos para compreender, na dinâmica dos públicos, em dupla via de formação: esta se dá por interesses comuns reconhecíveis que seus membros manifestam em relação às controvérsias (que envolve as organizações), mas também por interesses (das organizações ou dos públicos) que são projetados sobre pessoas e grupos, em relação reflexiva. Assim, entendemos que um público simultaneamente se constitui e é constituído – o que equivale dizer que ele se forma na própria interação, em seu próprio movimento (HENRIQUES, 2018, p. 165).

O autor aponta como desafio a segunda categoria de formação dos públicos, na qual residem as críticas às possíveis objetivações instrumentais. A herança da “bala mágica” promove a esperança para muitos comunicadores que ambicionam o domínio das consciências dos públicos. E muitas ações comunicativas podem ser produzidas em face dessa esperança – sem ao menos acessar a noção dos fenômenos sociais que formam públicos e promovem a construção social das ideias.

Henriques salienta que o público, enquanto representante de alguma opinião (construída em processos de interação), investe na publicização dos discursos que o definem. E, dessa característica dos públicos, brota a possibilidade de operação de técnicas influentes: “propósito de inserir deliberadamente um conjunto de interesses particulares que possam ser assumidos como sendo de interesse geral (da sociedade)” (HENRIQUES, 2018 p. 166). O processo de generalização dos interesses de um público para outros públicos, segundo Henriques, busca alcançar uma *totalidade abstrata*, que o autor associa ao termo opinião pública⁴⁸ – que seria a tentativa da busca de uma hegemonia determinista com artifícios que possam produzir, em face de elementos de alteridade, a formação de um discurso uníssono. No entanto, em nossa perspectiva, ancorada na tradição microinteracionista, cabe salientar que uma sociedade é constituída por grupos sociais, comunidades de comunicação, sem necessariamente apresentar características homogêneas – não obstante a possibilidade dos variados grupos de amalgamarem ideias comuns, construídas e publicizadas naquela sociedade. A formação dos públicos, na perspectiva comunicacional microinteracionista, tem importância seminal na perspectiva do comportamento eleitoral – é na perspectiva comunicacional que as variações de tipificação dos públicos são retratadas com mais clareza.

⁴⁸ Esse é o aspecto também denunciado por Champagne (1996) ao propor a distinção entre os conceitos de opinião pública e opinião publicada.

Em última instância, a perspectiva meadiana de formação dos públicos protagoniza tanto a coletividade quanto a individualidade. O eleitor não é apenas um depósito de ideias herdadas por imposição do determinismo social ou das artimanhas de estratégias hipodérmicas. As capacidades individuais aproximam sujeitos que se identificam e interagem, que compartilham experiências, que elaboram as ideias que passam a definir e caracterizar os grupos e a sociedade dos quais são parte. Os agrupamentos espontâneos, consubstanciados pela interação e organização social, promovem a multiplicidade de mundos comuns. A interface entre o sujeito e os grupos sociais é salientada por Esteves no seguinte fragmento:

A maior espiritualidade das sociedades modernas que faz imperar os princípios de tolerância, do ceticismo, as segmentações sociais menos rígidas e condições de relacionamentos mais pacíficos, deve-se a uma combinação singular de liberdade individual e de espírito coletivo, de que a experiência dos públicos foi, por assim dizer, verdadeiramente pioneira (ESTEVES, 2018, p. 151).

Com variações que vão da objetividade à abstração, dos sentidos mais estáveis aos menos estáveis, a segmentação dos públicos, de possíveis variações de padrões de racionalidade⁴⁹, sobretudo na perspectiva da ecologia humana, torna-se elemento essencial para formação de reputações. Tanto a interação entre os sujeitos na formação do *quadro reputacional* quanto a interação dos candidatos com os sujeitos (e as reputações destinadas para cada postulante na comparação com os padrões idealizados) têm, na comunicação, um fator determinante. Na perspectiva microinteracionista, os processos de interação formam públicos, ideias, interpretações, discursos, decisões... quadros reputacionais.

O interesse de um enunciador por um público específico, ou uma comunidade de comunicação, em face da identificação e composição construída por processos de interação, é também o interesse por cada sujeito que o compõe – e as ações comunicativas para todo o grupo almejam, de alguma forma, atrair parte de seus componentes⁵⁰. Nessa perspectiva de deslocamento da interação privada à interação pública, Henriques (2018) examina o problema da formação dos públicos (por intermédio da interação com organizações) em quatro itens: 1) limites imprecisos dos conceitos de privado e público; 2) a pluralidade que pode promover possíveis conflitos ou colaborações intragrupos geradores de influências recíprocas; 3) os

⁴⁹ Nos termos da proposição de Boudon (1995).

⁵⁰ O que também está presente na proposição de Laclau e Mouffe (2015) sobre as lógicas das diferenças e das equivalências.

públicos que são múltiplos e móveis, com opiniões que podem se transformar no tempo; e 4) os sujeitos que podem integrar simultaneamente outros grupos (HENRIQUES, 2018, p. 163).

A representação de dada sociedade como *categoria unitária* (opinião pública) tende a oferecer um espectro mais contingencial para os interesses de enunciadores sociais – a esperança e ambição pelo controle dos sujeitos. Mas cabe fazer aqui a distinção entre opinião pública e opinião fabricada⁵¹. A opinião pública seria a formação de um pensamento majoritário (não totalitário) que, embora possa ser transformada no tempo, representa a influência intragrupos e entre grupos. Já a opinião fabricada representa o fruto da manipulação por intermédio de publicização de ideias que seriam falsamente atribuídas à maioria dos sujeitos e grupos que formam uma sociedade.

Embora a abordagem construtivista/comunicativa contraponha a abordagem determinista/instrumental, não se pode negar a lógica da influência dos fenômenos que são potencialmente capazes de impor verticalmente a formação de algumas ideias. No entanto, uma coisa é a formação de um fenômeno pontual, outra é a perspectiva da imposição das ideias que definem uma sociedade – tradições, convenções, hábitos, regras sociais. Digamos que, em dado município, na experiência com o *mundo objetivo*, bem como com as interações sociais que produzem o *mundo percebido* pelas comunidades de comunicação, forma-se a ideia de que o transporte público, nos atributos requeridos que o definem, tem qualidade reprovada pelos usuários. Assim, com possíveis gradações de dramaticidade sobre as condições de funcionamento, a qualidade do transporte público passa a se apresentar como prioridade governamental na perspectiva dos usuários. A comunidade de comunicação “usuários do transporte público”, bem como os que a ela se associam por afinidade, necessidades eventuais ou altruísmo, formam uma das características daquele município – um importante aspecto daquela opinião pública, que terá papel protagonista nos processos eleitorais. Ainda como forma de exercício reflexivo, digamos também que o governo daquele município, em conjunto com as empresas de ônibus prestadoras de serviços, promova a divulgação de uma pesquisa falsa que indique a alta satisfação dos usuários. Não obstante a possibilidade de iludir alguns, a “opinião fabricada” terá dificuldade de sobrepor aos efeitos das interações e das experiências diárias com o mau funcionamento do sistema de transporte. A interpretação dessa comunidade de comunicação sobre o sistema de transporte, em conjunto com outros temas prioritários, é protagonista no julgamento que, em última instância, regerá as satisfações dos usuários.

⁵¹ Termo retirado de Champagne (1998).

Em termos de estratégias de comunicação e de marketing, o conceito de público de interesse (*target*) é essencial. A compreensão das características dos grupos que interessam aos enunciadores sociais compõe uma atividade muito presente nas tarefas de planejamento de profissionais de comunicação. Henriques (2018) acessa o significado etimológico do termo “interesse” (estar entre) para indicar a importância na relação entre enunciadores sociais e grupos e para ligar os agrupamentos de sujeitos ao conceito de “audiência”:

Quando nos expressamos temos uma audiência em mente. O que remetemos a alguém pode ter destinatários muito bem especificados, interlocutores bem definidos, em nossas transações privadas. Tal não acontece em nossas relações em público (naquilo que deve tomar a dimensão de estar à vista de qualquer um) (HENRIQUES, 2018, p. 168).

O autor salienta que, embora uma ação comunicativa de enunciadores sociais possa alcançar toda a sociedade, o interesse sempre está voltado para um público específico, para um segmento ou *cluster*, enfim, para uma comunidade de comunicação. Na perspectiva de que um grupo congrega sujeitos emanados de ideias comuns, fruto da construção mútua, o alcance de um grupo pode representar a interação com parte superlativa de seus componentes. A aposta dessas ações comunicativas é no desejo comum dos sujeitos congregados, que caracteriza os grupos sociais. A elaboração dos conteúdos das ações comunicativas, quando não embrenhados da perspectiva instrumental, conta com investigações de *surveys*. Com esses procedimentos, busca-se os atributos patêmicos (*pathos* aristotélico) que possam produzir identificação dos públicos com os enunciadores sociais. Tais atributos expõem as diferenças entre os grupos, embora possam estar alinhados em ideias comuns publicizadas intergrupos. A proposição de Laclau e Mouffe (2015) da busca da hegemonia pela articulação tem a ver com essas estratégias comunicativas que consideram os variados grupos. A relação de candidaturas com os eleitores por intermédio de estratégias comunicativas esbarra na construção social do *quadro reputacional* – os atributos que compõem os padrões reputacionais podem variar entre as comunidades de comunicação formadas em um município.

Em sintonia com a proposição de que as ideias são construídas socialmente pelos participantes de dada comunidade de comunicação, os processos de comunicação para os grupos sociais dependem de uma dimensão empática que promove a interação dos sujeitos com os enunciadores sociais⁵². Conforme a proposição de Mead, em que o estímulo transforma tanto o enunciador quanto o receptor, as ações comunicativas de enunciadores sociais promovem a

⁵² Entendemos que a participação de um sujeito em uma comunidade de comunicação depende de fatores de preferência e de identificação, movidos por afetos, necessidade comuns, conveniência.

interação com os grupos e interações intragrupos, que podem atrair o interesse dos sujeitos e transformar identidades, posturas e até a teatralidade de enunciadores nos contatos com os sujeitos.

Promover o interesse como condição para o seu envolvimento se complementa, assim, como projeção de algum tipo de experiência desejável. Não é certo, contudo, que o processo alcance os objetivos e os efeitos previstos, apesar de todos os esforços empenhados em conhecer algo do comportamento dos públicos nas diversas situações e contextos e em classificar seus perfis. Essa relação mantém-se aberta, em todo caso. Porém, não tem como meta um envolvimento total, algo capaz de gerar uma situação definitiva. Ao contrário, o sucesso se encontra nas possibilidades de por em movimento, mas orientando de alguma maneira a trajetória. A melhor forma de fazer isso é oferecendo um sentido a essa ação que seja captado e apropriado nesse próprio movimento (HENRIQUES, 2018, p. 171).

A determinação de sucesso, alardeado pela perspectiva da ação social instrumental, em que a conversão automática da opinião dos públicos é a única meta desejável, mostra-se pretensiosamente estranha na abordagem comunicacional microinteracionista. Portanto, o simples alcance do público, ainda que com o auxílio de atributos simbólicos patêmicos, não promove a conversão automática. A reação dos públicos sempre é esperada pela abordagem construtivista – seja favorável ou reativa. A pretensão mais promissora é a expectativa de ruptura com a inércia perceptiva dos públicos sobre determinado estímulo e, o mais esperado, o movimento no trajeto desejado pelo emissor social. Nessa direção, defendemos a perspectiva da construção social da reputação em linha com a abordagem comunicacional e avessa à perspectiva informacional.

Em face da perspectiva microinteracionista da construção dos públicos e da realidade pelas interações sociais, como defendemos no primeiro capítulo, os eleitores de um município constroem o *quadro reputacional* – o valor requerido que define se um postulante merece receber a confiança e o voto. Essa defesa é reforçada pela perspectiva de Mead, retratada por Morris (2010), que reconhece a conjugação entre a organização social edificada pelas interações e as ações individuais – o que promove um espectro de complexidades presente em muitos processos eleitorais.

Portanto, as instituições da sociedade são formas organizadas de atividade social ou grupal, formas organizadas de forma a permitir que os membros individuais da sociedade possam agir adequada e socialmente, adotando as atitudes dos outros com respeito a essas atividades. Instituições sociais opressoras, estereotipadas e ultraconservadoras – como a Igreja – as quais, em sua aversão mais ou menos rígida e inflexível ao progresso, esmagam ou apagam a individualidade, ou desencorajam quaisquer manifestações originais

e peculiares do pensamento e do comportamento por parte do *self* individual ou das personalidades envolvidas e sujeitas a elas, são decorrências indesejáveis, mas não necessárias do processo social geral da experiência e do comportamento. Não há razão inevitável ou necessária pela qual as instituições sociais devam ser opressoras ou rigidamente conservadoras, ou pela qual não possam ser, como muitas de fato são, flexíveis e progressivas, promovendo a individualidade em vez de desencorajá-la. De modo que, sem algum tipo de instituição social, sem as atitudes e as atividades sociais organizadas que constituem as instituições sociais não poderia existir o *self* individual plenamente maduro, nem personalidades completamente amadurecidas, pois os indivíduos envolvidos no processo vital social do qual as instituições sociais são manifestações organizadas só podem desenvolver-se e possuir uma personalidade e um *self* plenamente maduro à medida que cada um desses refletir ou captar em sua experiência individual essas atividades e atitudes sociais organizadas, incorporadas ou representadas pelas instituições sociais (MORRIS, 2010, p. 282-283).

A perspectiva meadiana da construção social projeta, assim, elementos fundantes da segmentação dos sujeitos em formas de pensar a sociedade, os comportamentos, a política. A experiência dos sujeitos com as variadas opções de “instituições” sociais tem, nas interações, as possíveis conversões às formas de pensamento. Se, por um lado, as flâmulas institucionais trabalham para converter os sujeitos, por outro, os sujeitos podem se converter (com possíveis gradações relacionais: do devoto ou ativista ao simpatizante) ou ter na instituição uma referência – o “*self* individual plenamente maduro” depende das relações sociais com grupos de referência, não determinados, mas escolhidos por reflexão dos sujeitos. A partir dessa perspectiva social, no campo político das formações das reputações eleitorais, as formas de pensar (do ultraconservadorismo ao progressismo mais extremado) edificam segmentos potentes do eleitorado. Retrataremos, no próximo item, a questão da formação do comportamento político a partir dessa proposição, sem esgotar a ampla e complexa discussão sobre a qual muitos trabalhos acadêmicos se dedicam.

2.3.3 Interações sociais e a formação das ideias políticas locais

Nossa pesquisa, que será apresentada no Capítulo 3, retrata o campo eleitoral municipal. Assim, o recorte de nosso exame circunscreve a construção do quadro reputacional para candidaturas ao cargo de prefeito. Entendemos que as interações sociais distinguem, na construção do quadro reputacional, cargos e responsabilidades. Essa distinção, como veremos nas pesquisas de campo, traz a figura política para a proximidade da vida cotidiana. Especialmente para o cargo de prefeito, o eleitor busca soluções para as demandas da realidade

percebida – a zeladoria é a categorização que distingue o alcaide de outros cargos políticos. Na categorização das tarefas esperadas para o “zelador” municipal (limpeza das ruas, gestão dos serviços públicos, iluminação pública, fiscalização das empresas de transporte, poda de árvores), a esfera ideológica – ainda que presente, sobretudo em grandes municípios com alto índice de industrialização – é um componente que tende a ser menos potente como influência nas decisões eleitorais. Sem expor de forma extensa os argumentos sobre a questão do voto ideológico, uma vez que tem sido retratado por muitos estudos das ciências políticas, além do fato de que fugiríamos do proposto de nossa investigação, apontamos, como exemplo, alguns elementos que indicam diferenças entre voto para os cargos de prefeito, vereador e deputado federal. Os três cargos são comparados para mostrar a tendência de distinção da relação com o voto para prefeito. Escolhemos o cargo de vereador pois é apresentado para votação conjuntamente com o cargo de prefeito. Já o cargo de deputado federal, além de indicar o tamanho dos partidos (fundo partidário, tempo de propaganda partidária gratuita, fundo eleitoral), em nossa avaliação, é uma disputa em que as questões ideológicas são colocadas com mais evidência do que para prefeito.

Antes de algumas reflexões sobre a relação entre posição ideológica e a escolha de candidatos ao Executivo municipal, propomos uma segmentação dos partidos políticos brasileiros. Muito tem se discutido sobre a categorização dos partidos políticos: livros, artigos científicos, debates. Nesses exames, em que algumas diferenças de categorização são observadas, as análises são realizadas de formas variadas: pesquisa com especialistas (*Expert Survey*), análise de conteúdos documentais dos partidos (convergência ideológica), análises da *realpolitik*. Os últimos movimentos políticos brasileiros, a partir das eleições de 2018, exploraram algumas divisas ideológicas extremas, produzindo tensionamentos polarizados entre forças políticas de esquerda e de direita e alguma “abstenção” na luta política midiática e sociotécnica entre partidos de “centro”. No entanto, os partidos de centro-esquerda e centro-direita apresentam, de forma mais difusa, as suas cercanias estaqueadas por estatutos, ações políticas e relacionamento com o governo de Jair Bolsonaro. Os últimos dois anos merecem exames mais cuidadosos sobre a posição ideológica dos partidos – o que não será feito aqui. No entanto, propomos uma divisão dicotomizada (esquerda-direita)⁵³ que, no nosso ponto de vista, não se apresenta com divergências gritantes em relação a muitas análises e até a autodeclarações partidárias. Nossa lógica partiu de uma premissa de segmentação: partidos que estão associados

⁵³ Norberto Bobbio (2011) defende a ideia de que os conceitos de “esquerda” e “direita” se tornaram obsoletos, uma vez que as divisas partidárias estão cada vez menos claras.

a temas progressistas de esquerda e, por exclusão, os partidos que não apresentam vínculos com esses temas. O PV (Partido Verde) e o REDE apresentam-se sempre como um desafio de categorização, que optamos por alocar como partidos que “não são de direita”. Para o nosso exame, a divisão categorizada levou em consideração apenas os partidos com deputados federais eleitos em 2018. O quadro a seguir apresenta nossa proposta de segmentação.

Quadro 1 – Categorização dos partidos

Partidos com Deputados Federais eleitos em 2018	
Esquerda	Direita
PT	PSL
PSB	PP
PDT	PSD
PC do B (+PPL)	MDB
PSOL	PL (PR)
PV	DEM
PMN	PSDB
DC	REPUBLICANOS
REDE	PODE (+PHS)
	SOLIDARIEDADE
	PTB
	PATRIOTA (+PRP)
	CIDADANIA
	NOVO
	PROS
	PSC
	AVANTE

Fonte: elaborado pelo autor.

A categorização apresenta contrastes, sobretudo entre os partidos mais extremados e os mais vocacionados ao “centro”. Mas destacamos, em nosso exame, os partidos mais ideológicos de esquerda (PSOL e PCdoB) e os partidos que foram ao segundo turno em 2019 (PT e PSL). Cabe destacar que o presidente Bolsonaro e o partido por meio do qual se elegeu (PSL) romperam ligações antes das eleições municipais de 2020 – no entanto, muitos da bancada eleita têm vínculos com Bolsonaro.

A **Tabela 1**, com dados do TSE (2020), compara a votação para os cargos de deputado federal, prefeito e vereador. Observa-se que a performance dos partidos de esquerda na esfera nacional é mais potente que na municipal. A votação alcançada para deputado federal é 4,8 pontos percentuais maior do que para vereador e 5,8 pontos percentuais mais forte do que para prefeito – uma diferença média de cerca de três milhões de voto. Observa-se também que as votações para vereador e prefeito dos partidos de esquerda no Brasil são praticamente idênticas. Por outro lado, em compensação, os partidos de direita são mais fortes nos cargos da esfera municipal.

Tabela 1 – Votos por segmento de partidos

	Votos em deputados federais (2018)	%	Votos para prefeitos (2020)	%	Votos para vereadores (2020)	%
Esquerda	25.442.933	27,8	21.987.080	22,0	21.967.644	23,0
Direita	65.760.580	71,8	76.832.859	77,0	71.926.337	75,4
Total	91.558.290	100	99.778.068	100	95.389.747	100
Psol + PCdoB	4.260.689	4,7	3.392.100	3,4	3.125.402	3,3
PSL	10.414.774	11,4	2.775.621	2,8	2.891.565	3,0
PT	8773759	9,6	6.765.632	6,8	5.112.690	5,4

Fonte: elaborado pelo autor com base nos dados do TSE (2020).

PSOL e PCdoB apresentam menor diferença do que o PT entre a votação na esfera nacional e na municipal. Isso pode ser explicado pela candidatura à presidência do PT (Fernando Haddad) que foi ao segundo turno. O mesmo pode ser atribuído, com uma diferença muito mais intensa, para o caso do PSL – no entanto, Bolsonaro, ao expor a ruptura com o partido, pode ter causado a disforia eleitoral em 2020 observada na comparação.

Outro aspecto que não pode ser desprezado é a votação em legenda. A **Tabela 2** apresenta os dados da votação para deputado federal em 2018 (TSE, 2020). A proporção dos votos de legenda para os partidos de esquerda é mais forte do que a proporção de votos nominais, na comparação com os partidos de direita. A relação dos eleitores com as flâmulas partidárias de esquerda e direita mostra suas distinções. Os casos particulares dos partidos que foram ao segundo turno da eleição presidencial, pela potência do voto de legenda conquistada, expõem a relação entre voto para os cargos do Executivo e do Legislativo.

Tabela 2 – Voto de legenda

	Votos em legenda para deputado(a) federal	%
Esquerda	2.589.245	38,2
Direita	4.098.783	60,4
Total	6.783.694	100,0
Psol + PCdoB	242.237	3,6
PSL	1.043.105	15,4
PT	1.352.852	19,9

Fonte: elaborado pelo autor com base nos dados do TSE (2020).

Na **Tabela 3**, calculamos taxas de aproveitamento candidatos/eleitos. A taxa que propomos representa o aproveitamento máximo expresso pelo valor “1” – ou seja, para cada candidato lançado pelo partido, um candidato seria eleito, ou todos os candidatos lançados são eleitos (apesar de possível, não é algo comum em processos eleitorais).

Tabela 3 – Candidatura e aproveitamento por segmentos de partidos

	Esquerda	Direita	Total	Psol e PCdoB	PSL	PT
Candidatos a deputado(a) federal	2.918	5.342	8.588	949	488	403
%	34	62	100	11	6	5
Deputados federais eleitos	144	371	513	20	52	55
%	28	72	100	4	10	11
Taxa candidatos / eleitos	20,3	14,4	16,7	47,5	9,4	7,3
Candidatos a prefeito(a)	4.455	14.399	19.352	631	727	1.261
%	23	74	100	3	4	7
Prefeitos eleitos	858	4.589	5.446	50	91	178
%	16	84	100	1	2	3
Taxa candidatos / eleitos	5,2	3,1	3,6	12,6	8,0	7,1
Candidatos a vereador(a)	120.828	387.142	518.330	14.106	20.649	29.254
%	23	75	100	3	4	6
Vereadores eleitos	11.177	46.502	57.947	787	1.206	2.663
%	19	80	100	1	2	5
Taxa candidatos / eleitos	10,8	8,3	8,9	17,9	17,1	11,0

Fonte: elaborado pelo autor com base nos dados do TSE (2020).

No entanto, essa é a referência estatística para o aproveitamento das campanhas eleitorais partidárias: quanto mais próximo de “1”, ou quanto menor a taxa, melhor o aproveitamento candidatos/eleitos. Independentemente do partido, a taxa de aproveitamento nacional em 2018 ficou em 16,7 (cerca de dezesseis candidatos para cada eleito). O aproveitamento dos partidos de “esquerda” (20,3) foi menor do que os partidos de “direita” (14,4). PSL e PT obtiveram número bem abaixo da média nacional e dos segmentos que foram arrolados por nós, respectivamente 9,4 e 7,3 – o que indica os melhores aproveitamentos. Já nos partidos mais ideológicos de “esquerda”, o aproveitamento foi extremamente baixo, valor muito acima da média nacional: 47,5. Esse resultado pode estar associado à característica desses partidos de representar minorias com candidaturas – algumas dessas, sem grande contingente eleitoral. Cabe salientar que, nas eleições de 2018, as coligações partidárias eram permitidas – já em 2020, não existiram.

Para os cargos de prefeito e vereador, os partidos de “direita” são os que mais apresentam aproveitamento (menor taxa candidatos/eleitos). Por outro lado, PSOL e PCdoB apresentam menor aproveitamento para esses cargos. Juntos, esses partidos elegeram vinte deputados em 513 vagas (uma proporção de 3,9%), 14.106 vereadores em 518.330 vagas (2,7%) e 50 prefeitos em 5.446 vagas (apenas 0,9%). Observa-se, para esses partidos de “esquerda”

mais ideológicos, para os quais os temas mais vocacionados aos expedientes de gestão das cidades não estão muito associados, uma relação menos intensa dos eleitores com as suas proposições. Essa conclusão não se aplica aos partidos de “esquerda” que são mais vinculados à perspectiva de soluções administrativas – ao praticarem estratégias de articulação política (nos termos de Laclau), se aproximam do centro e alcançam postos de experiência executiva. O PT, por exemplo, alcançou 10,7% das vagas para deputado federal, 4,6% para vereador e 3,3% para prefeito.

Essa exposição de estatísticas eleitorais alcança seu propósito na afirmação de que a relação dos eleitores com o cargo de prefeito tende a ser distinta de outros cargos – sobretudo no que se refere aos partidos de “esquerda” com posições mais extremadas. Em nosso ponto de vista, defendemos a ideia de que a distinção entre as abordagens ideológicas e as vocacionadas para soluções práticas se dão por duas modalidades discursivas. De um lado, a modalidade *o-que-fazer*: destinada a propor soluções práticas para a realidade percebida pelos eleitores. De outro, a modalidade *como-fazer*: vocacionada às defesas ideológicas⁵⁴. A modalidade discursiva “como-fazer” define, no nosso ponto de vista, a retórica partidária/ideológica. O “como fazer” se estrutura nas visões de mundo, nos modelos de políticas públicas, nos objetivos de transformação/manutenção, nas ideologias políticas, nas proposições práticas que enunciam soluções para os problemas vividos, nas ações que distensionam relações sociais, nas proposições em defesa de minorias etc. A essência desse traço projetivo é a lógica das diferenças⁵⁵ – os sujeitos têm visões distintas sobre como alcançar as soluções para o mundo objetivo. Nossa pesquisa (Capítulo 3) não retratou a modalidade “como fazer”. Certamente, essa ausência impactaria muito mais uma avaliação da cena política nacional, ou da escolha de candidaturas proporcionais – basta observar o protagonismo do voto ideológico de esquerda nessas eleições, ou a volumosa bancada do PSL e de candidatos ligados ao bolsonarismo eleitos em 2018, para citar dois exemplos. Na instância da política municipal, em que os temas de “zeladoria” têm papel preponderante, essa ausência tem menor impacto. O traço projetivo “como fazer”, que dispersa os sujeitos em congregações distintas, a partir da interpretação sobre como os problemas são resolvidos, constrói o valor reputacional com atributos modalizadores de *fazer para atender uma perspectiva partidária/ideológica, fazer com domínio de um modelo*

⁵⁴ Elaboramos essa categorização inspirados da distinção que Goffman faz entre ordem social e ordem da interação, conforme descrito por Martino (2021).

⁵⁵ Como salientado em outra nota anterior, *lógica das diferenças* é um conceito defendido por Laclau e Mouffe (2015).

ideológico. Trata-se de conjunção das dimensões simbólica e prática, das entregas alcançadas por uma abordagem desejada⁵⁶.

Sandstrom, Martin e Fine (2016) acessam os interacionistas Ralph Turner e Lewis Killian para descrever as relações ideológicas na perspectiva pragmatista:

- 1) Atuam como “mapa” ou prescrição que diz aos participantes do movimento como considerar eventos e pessoas.
- 2) Simplificam a realidade e, assim, eliminam o ponto de partida para dúvidas incômodas sobre se o alcance das metas do movimento irá realmente promover seus valores.
- 3) Colocam o movimento e seus objetivos em uma perspectiva de tempo em movimento, oferecendo um relato da história pregressa que culminou nessa situação lamentável.
- 4) Retratam com frequência uma utopia relativa que deve ser alcançada.
- 5) Traduzem interesses pessoais em um ideal, ao identificá-los como um bem-estar geral.
- 6) Identificam um grupo limitado de indivíduos envolvidos em uma conspiração deliberada em busca de seus próprios interesses considerados a serviço do bem-estar geral.
- 7) Especificam o caráter do movimento de modo que ele possa ser assimilado nas autoconcepções de seus membros, à medida que eles se identificam com esse movimento (SANDSTROM; MARTIN; FINE, 2016, p. 328).

Os autores defendem a ideia de que a “linha partidária” promove confiança e eficiência na crença de seus simpatizantes/participantes, além de proporcionar vínculos mais fortes com os partidos. Essa concepção reforça a ideia de comunidades de comunicação que a perspectiva mediana permite sediar. Nesse sentido, e para o caso das agremiações partidárias-ideológicas e até para as congregações dogmáticas religiosas, as interações, como apregoa Laclau (2017), não são livres de interferências, mas estaqueadas por estatutos e cânones.

A circulação do “o que fazer” e do “como fazer” no campo social motiva as interações comunicativas: informa, transforma, forma a opinião dos sujeitos em processos de interação com *dupla afetação*⁵⁷ dos envolvidos. O *quadro reputacional*, na análise dos discursos dos interagentes, é fruto das características que garantem o “o que fazer”, que tem a modalidade discursiva “como fazer” de forma implícita. Quando um eleitor afirma que a prioridade são as políticas de geração de emprego, o benefício alcançado pode ser interpretado de forma distinta, dependendo da perspectiva partidária/ideológica de quem interpreta – bem como das

⁵⁶ Cabe salientar que não observamos no estudo de campo diferenças significativas entre eleitores de esquerda ou direita nos quesitos “o que fazer”, bem como nos atributos do quadro reputacional.

⁵⁷ Conceito defendido por Vera França (2008), a dupla afetação, ou reflexividade, promove a consciência de conversão entre os envolvidos nos processos interacionais.

consequências do objetivo alcançado. Isso sem falar sobre os propósitos para se desejar esse objetivo. Dessa forma, o bem comum, a realização de um objetivo governamental, é equivalente para os eleitores (a depender da ideologia que adere – para os que aderem). Já os propósitos e consequências interpretadas, bem como a forma de promover o bem comum, é o fator que gera mais diferenças. Ou seja, equivalências no “o que fazer” e diferenças no “como fazer”.

Em nosso exame da reputação, o conceito de *problemas sociais* da perspectiva sociológica norte-americana tem papel seminal – sobretudo no que se refere ao conceito de reputação eleitoral. Nessa perspectiva, os processos decisórios do voto para o Executivo municipal, não obstante outros fatores já mencionados, são impactados pelos problemas sociais locais. Desde os aspectos da rua e do bairro de moradia (unidade de atendimento de saúde, escola, praça, pavimentação, grade de horário do transporte público, iluminação, saneamento básico) aos aspectos estruturais da cidade (plano de educação, políticas de desenvolvimento social, desenvolvimento econômico), formam-se questões que sensibilizam a interpretação dos eleitores sobre o *mundo objetivo* e pavimentam os processos de interação que constroem as ideias políticas. O cotidiano vivido na cidade e no local de moradia é o campo das apreensões acerca do ambiente social, e a interpretação que os eleitores fazem dessas apreensões projetam as demandas de bem-estar, além dos padrões de governantes. O tema da não uniformização de uma sociedade não conflita com a perspectiva microinteracionista. A perspectiva meadiana, como já retratamos, não contradiz a possibilidade de emergência das comunidades de comunicação. É possível observar, por exemplo, em muitos mapas eleitorais, que regiões e bairros (e até ruas) têm características eleitorais distintas. Esse aspecto está associado ao conceito de ecologia humana – a relação com o local de moradia e os processos de interação social locais, não obstante as características culturais de cada localidade e as formas de comunicar as candidaturas, são expressão da proposição microinteracionista –, uma vez que a caracterização do comportamento eleitoral de uma região pode ser explicada pelas interações sociais locais. Por outro lado, outras comunidades de comunicação são possíveis, independentemente das definições geográficas – como no caso das agremiações ideológicas, das congregações religiosas, da organização de forças políticas a partir de lideranças comunitárias, organização de usuários comuns de serviços públicos: que seriam comunidades de comunicação não geográficas. Ainda assim, boa parte dessas forças de atuação política é edificada em processos de interação. O fato de propormos a construção social dos quadros reputacionais não significa a negação de outros fenômenos – a emergência do *quadro*

reputacional em processos de interações cotidianas não mediadas por lideranças sociais, políticas ou religiosas não é a única possibilidade de formação das ideias políticas.

As opiniões formadas nos processos de interação, com dupla afetação dos sujeitos envolvidos, têm o interesse dos responsáveis pelos processos de comunicação de candidaturas – campo que tem, em Charaudeau⁵⁸, um importante intérprete. A aposta dos operadores da comunicação política é o alcance do eleitor no espaço público – seja pela circulação dos conteúdos propositivos ou pela percepção das intervenções políticas que impactam positivamente o cotidiano. A comunicação política tem a pretensão alcançar os eleitores, de estabelecer conexões com os públicos, de promover conjugações com vistas ao interesse eleitoral. Assim como nos estímulos (nos temos de Mead) intersubjetivos, a comunicação candidato-eleitor é potencialmente capaz de produzir a dupla afetação: do eleitor e do candidato atento às reações.

A convivência cotidiana conjuga padrões, formas de vida, hábitos, pensamentos e, em última instância, a cultura de um lugar. Embora a ambição de certos atores políticos e a promessa de muitas empresas de comunicação alimentem a perspectiva vertical da comunicação, é o público que constrói o ambiente da recepção. Essa perspectiva de comunicação vertical abarca muitas campanhas eleitorais. É uma das razões para muitas candidaturas aplicarem atenção aos processos comunicacionais nos anos eleitorais – a perspectiva de uma ação estratégica (no sentido habermasiano) está muito presente no ambiente político. A gestão de relacionamento e de informações sobre a atuação política é concentrada na véspera das eleições, na perspectiva de alcançar e convencer, com uma esperança da recepção/apreensão sem resistências (ação estratégica). O campo da comunicação política das campanhas eleitorais tem forte tendência monológica. Mas, na perspectiva microinteracionista, o aspecto dialógico da comunicação é o mais promissor. Uma vez que o *quadro reputacional*, que emerge das interações sociais e funciona como referência para o julgamento das candidaturas, tem influência nas escolhas eleitorais, a proposição de uma comunicação dialógica (com dupla afetação dos eleitores e da candidatura) tem mais chances que uma comunicação estratégica e vertical. Do ponto de vista prático, uma campanha que utilize pesquisas para conhecer as opiniões formadas (pelos processos de interação) e que ajuste os argumentos em face dessas descobertas é potencialmente mais eficaz que as estratégias “tentativa-erro” – mais interessadas no poder criativo à moda “bala mágica”.

⁵⁸ Os conceitos do “duplo fundamento do discurso” (opinião e verdade) e de “contrato de comunicação” são importantes questões examinadas por Charaudeau (2006) – elementos fundamentais para o campo dos fenômenos de comunicação eleitoral.

As interações cotidianas formam as expectativas dos eleitores: o local de moradia, as atividades que exerce, a relação com a cidade, a experimentação de serviços públicos, entre outros aspectos que orientam a percepção dos eleitores – não obstante os graus de dependências dos eleitores dos serviços públicos, as perspectivas ideológicas do “como-fazer”, os interesses que diferenciam as comunidades de comunicação etc. As próprias experiências e o relato de outros eleitores conjugam uma visão política e alimentam o campo da satisfação/insatisfação. O relato de outros eleitores pode tanto reforçar as impressões quanto acrescentar outras (por informação de elementos não experimentados ou até por altruísmo em favor de usuários de outros serviços não acessados) – é a entrada em cena do *outro generalizado*. Inspirados em pensadores microinteracionistas supracitados, entendemos que o cotidiano é construído pelas interações sociais. Tais interações sociais no cotidiano produzem expectativas, decisões de compra, voto, as relações com governos, a construção de reputações políticas e mercadológicas.

Para melhor retratar as questões propostas no presente item, sugerimos uma alegoria. Pensemos um bairro que convive por anos com a ausência de pavimentação das ruas. Um proprietário de uma grande área de terra apresentou projeto de loteamento popular: desmembramento de seu terreno em quinhentos pequenos lotes com projeção de ruas (projeto com realização de obras de infraestrutura aprovado e autorizado pela secretaria de obras do município). Com os lotes vendidos nas primeiras semanas do lançamento, o vendedor não se preocupou em realizar as obras de infraestrutura – deixando os compradores sem pavimentação, rede de esgoto, energia elétrica e iluminação pública. A necessidade da moradia, que motivou a compra dos lotes em uma região ainda sem estrutura, também produziu as iniciativas de edificações com grandes desafios logísticos. Na cadência das construções, vieram as cobranças dos moradores pela infraestrutura: e a prefeitura do município foi uma das instituições que entrou no alvo das reclamações. A empresa privada de distribuição de energia se interessou pelos quinhentos novos clientes. A prefeitura cedeu às pressões e perfurou as ruas para instalação das redes de esgoto e pluviais. Passados cinco anos, os moradores que já povoam o novo bairro alcançaram muitas conquistas – mas ainda convivem com as ruas sem pavimentação. Os dias com chuva alcançam igualmente as ruas do novo bairro – os ônibus não percorrem as ruas internas e os moradores devem caminhar (muitos com o expediente de colocar sacos plásticos nos pés, para não sujar os calçados) até as ruas principais, externas ao aglomerado. Nos dias sem chuva, a poeira levantada pelos automóveis se assenta nos interiores das casas – tornando quase impossível a manutenção da limpeza dos móveis e utensílios e recrudescendo a demanda por soluções. A lama e a poeira se apresentam às portas das

percepções de todos os moradores, que se distinguem por alguma variação de renda, por crenças religiosas, por alguma afinidade ideológica. Independentemente das características que distinguem os moradores, a lama e a poeira formam os problemas comuns e a demanda uníssona: necessidade de pavimentação das ruas. O ambiente que caracteriza aquele bairro, o problema comum que atinge a todos, proporciona (inevitavelmente) um direcionamento temático para as interações sociais. A experiência com o *mundo objetivo* (lama e poeira) rege as expectativas e demandas direcionadas para a prefeitura, conforme a interpretação dos moradores (mundo percebido). Promessas políticas para aquele bairro (mundo prometido) passam, necessariamente, pela solução do problema que dramatiza o cotidiano daquelas pessoas. Ainda que outras demandas (saúde, educação, desenvolvimento econômico) também façam parte das expectativas por um *mundo objetivo* melhor. A alegoria descrita representa a possibilidade de uma comunidade de comunicação, dentre muitas outras possíveis, no município e até naquele bairro (usuários das unidades de saúde, por exemplo).

A alegoria apresentada remonta um drama incômodo. A solução desse drama específico (poeira e lama), não obstante outras prioridades (obras e serviços no bairro, além de investimentos no município como um todo), não é regida por aspectos ideológicos ou religiosos – não há pavimentação asfáltica de “esquerda” e de “direita”. Não há pavimentação “crente” ou “comunista”. O fato concreto desejado está à parte das agremiações partidárias ou congregações religiosas – para o exemplo, o “como fazer” não está em discussão; o “o que fazer” rege as expectativas, cobranças e interações que caracterizam aquele ambiente social.

Outro exemplo, de outra comunidade de comunicação no município a que o bairro da alegoria pertence: mães de alunos do ensino fundamental. Muitos são os aspectos que congregam as preocupações dos pais e responsáveis pelos alunos da rede pública municipal daquele município – com cerca de cinquenta unidades escolares que atendem dez mil alunos. Dentre os aspectos mais tangíveis, podemos numerar a qualidade da merenda, a qualidade do material escolar doado pela Secretaria de Educação, os uniformes etc. É possível também colocar em tela os atributos relacionados com o sistema de ensino, o apoio pedagógico extraclasse, a performance dos professores. Esses atributos promovem, nos responsáveis mais atentos ao desenvolvimento escolar dos alunos, opiniões favoráveis e de reprovação ao serviço oferecido pela prefeitura. O funcionamento do sistema de educação municipal promove também os temas de conversação entre os responsáveis pelos alunos que compõem essa comunidade de comunicação. O desenvolvimento dos atributos que definem os serviços de educação força as portas da percepção dos responsáveis pelos alunos, que apreendem as

informações e as processam e reforçam por intermédio de interações que projetam as interpretações sobre causas e demandas. É possível que os atributos mais funcionais possam unir os participantes dessa comunidade de comunicação na busca do interesse comum. No entanto, as diferenças entre os responsáveis pelos alunos podem surgir na emergência de temas que dramatizem posições religiosas e ideológicas. Exemplo curto e direto: a questão da diversidade e o ensino sobre sexualidade nas escolas. Seguindo nossa alegoria, a comunidade de comunicação, antes unida na conversação sobre aspectos funcionais, se apresenta dividida sobre o tema da diversidade. E, nesse aspecto, podemos perceber a complexidade das relações que unem e separam a mesma comunidade de comunicação. É possível até que haja uma comunidade de comunicação para os aspectos tangíveis das escolas e outras comunidades para os aspectos relacionados com a questão da diversidade – e cada uma delas com processos de interações que reforçam as convicções derivadas de outras relações (políticas, religiosas, ideológicas etc.) –, guiadas por outras comunidades de comunicação que os responsáveis pelos alunos também fazem parte.

Com esses dois exemplos de um mesmo município, dentre muitos outros possíveis, digamos que aconteça o ano eleitoral (eleição de prefeito e vereadores) sem que as demandas tenham sido atendidas. As proposições políticas eleitorais estão nas ruas e alcançam a comunidade de comunicação do bairro sem pavimentação e a(s) comunidade(s) de comunicação dos responsáveis por alunos das escolas municipais. Embora o município possa ter outras múltiplas e complexas possibilidades de comunidades de comunicação, vamos nos ater a essas duas, para título de mais uma alegoria.

Para os moradores do bairro sem pavimentação, o que dramatiza o cotidiano é a conjugação poeira-lama. Para aqueles eleitores, a pavimentação é a prioridade. O drama que se apresenta de forma clara para o ambiente de convivência conduzirá as escolhas eleitorais – os processos de interação promovidos pelas experiências cotidianas (com a lama e a poeira) sedimentaram no tempo a percepção de problema comum. As interações sociais também retratam as características do candidato que potencialmente será capaz de pavimentar as ruas do bairro. O *quadro reputacional* edificado pelos moradores daquele bairro estaqueia o perfil percebido do prefeito que pavimentará as ruas. O processo das campanhas eleitorais dos postulantes ao cargo de prefeito estimula as interações sociais sobre as candidaturas – que, ainda que sem consenso, formulam as preferências em face das interpretações sobre as chances de pavimentação das ruas que cada candidatura expressará. O voto de cada eleitor daquele bairro será no(a) candidato(a) reputado(a) como o(a) mais capaz de pavimentar as ruas. Nesse sentido,

embora outros fatores impliquem as escolhas, é possível, por exemplo, que dois eleitores simpatizantes de correntes políticas extremamente distintas escolham um mesmo candidato a prefeito.

Voltemos à outra comunidade de comunicação: responsáveis por alunos das escolas municipais. Os atributos mais funcionais, regidos pelos conceitos de “boa gestão”, e a questão da diversidade estão no centro das proposições eleitorais. De um lado, está uma candidatura de “esquerda”, que acentua a importância da diversidade para ensinar o respeito e a boa convivência para os alunos. De outro, uma candidatura de “direita”, que afirma que a proposição da “esquerda” tem a pretensão de “destruir os valores das famílias” ao estimular a sexualidade e bissexualidade para os alunos. Uma terceira candidatura, autorreferenciada como “de centro”, traz proposições de qualidade de ensino, evitando a polêmica da diversidade e enaltecendo atributos da gestão escolar. Essa comunidade de comunicação, unida pelos atributos funcionais, pode ser segmentada, também a título de exemplo, em: simpatizantes da proposta do tema da diversidade; reativos ao tema da diversidade; e indiferentes ao tema da diversidade. Tal segmentação pode definir a cadência das interações e promover variadas e complexas relações, como: dupla afetação dos envolvidos na mudança de opinião sobre o tema da diversidade; a interferência de líderes religiosos para promoção de rejeição da candidatura da “esquerda”; a rejeição dos outros candidatos pelos simpatizantes de partidos de “esquerda”; a reação enérgica dos ávidos defensores da “pátria-família-propriedade”; os que escolherão o candidato de “esquerda” não pela proposta da diversidade, mas por ser percebido como mais capaz de melhorar os aspectos funcionais; ou os que escolherão o candidato de “centro” por se apresentar como “gestor” etc. Nesse sentido, os segmentos de comunidade de comunicação derivados dos responsáveis pelos alunos produzirão quadros reputacionais distintos, que serão regidos por ideologia, religião e demandas funcionais. O exemplo demonstra, para um aspecto, a complexidade que envolve as escolhas eleitorais. Se considerarmos os moradores crentes do bairro sem pavimentação que percebem o candidato de “esquerda” como o mais capaz de pavimentar o bairro, mas que “afronta os valores da família cristã” com a proposição do conceito de diversidade, encontramos um dilema de difícil projeção – mas que passará por eventos de interação que auxiliarão na tomada de decisão (mesmo que sem consenso).

Voltemos ao campo teórico. Como salientado no final do item anterior, as “instituições” sociais com flâmulas políticas variadas (do extremo conservador ao extremo progressista) se apresentam às portas das percepções dos sujeitos, que alcançam a condição de “*self* maduro” na inscrição que fazem em uma comunidade de comunicação – edificada por interações

pregressas e que podem sofrer transformações futuras com a participação dos sujeitos que as compõem. As formas de pensar a política, conjugada pelas experiências dos sujeitos com o mundo objetivo e pelo exame que fazem das opções de flâmulas de toda sorte (ideológicas, religiosas, contingenciais, comunitárias), organizam a construção do *quadro reputacional* que regerá as escolhas eleitorais. Antes de a comunicação política entrar na cena em dado contexto social, os padrões acerca da candidatura idealizada estão construídos pelas comunidades de comunicação que compõem o município. Não se trata de uma construção apenas para o processo eleitoral. Trata-se da construção social em face das demandas e dos problemas sociais que se impõem. O *quadro reputacional*, composto por padrões elaborados socialmente, é definido antes do primeiro panfleto (ou *post*) alcançar o eleitor.

2.4 Comunicação eleitoral, voto e reputação: uma perspectiva do estado da arte

Chegamos a esse ponto com a necessidade de uma decisão importante: o que retratar acerca do estado da arte? Nossos temas são: reputação, comportamento eleitoral e comunicação política. Os três campos estão imbricados em nosso objetivo de retratar a tese de formação do *quadro reputacional*. Na perspectiva pragmatista, fato social e comunicação são indissociáveis. Sendo a proposição de formação do quadro reputacional um conceito de fato social, consideramos que os três temas devem ser tratados neste subcapítulo. Em face das inúmeras fontes que povoam o denso território dos temas abordados, traçamos, como estratégia, apresentar a visão de alguns pesquisadores brasileiros sobre segmentação do estudo desses temas – além de expor as proposições teóricas desses autores. Iniciamos pelo desafio de tratar o estado da arte no campo pragmatista, apresentado por França (2000).

França (2000), ao examinar a produção da comunicação política e lançar um desafio para a produção da perspectiva praxiológica, dimensiona a tarefa dessa investigação:

Pensar a comunicação a partir de uma perspectiva “praxiológica” é assumi-la enquanto prática instauradora, lugar de intervenção, de criação, de manutenção ou mudança através da realização discursiva produzida num espaço interacional. Nessa perspectiva, a resposta à nossa indagação inicial (sobre a especificidade trazida pela comunicação) aponta não para um objeto empírico, mas para uma outra configuração da problemática, onde a discussão sobre o espaço público (a co-presença, dimensão relacional), a sociabilidade contemporânea, os atos da fala, as materializações discursivas, o trabalho de recepção/interpretação, bem como a expressão/produção de bens simbólicos não aparecem como objetos autônomos ou temáticas paralelas, mas dimensões

articuladas de uma outra forma de construção e apreensão teórica do fenômeno político-comunicativo (FRANÇA, 2000, p. 12).

Se, por um lado, França aponta o desafio do exame do tema aos olhos da perspectiva praxiológica, por outro, indica as diferenças gritantes com boa parte da produção científica nesse campo. Em outro fragmento, a autora aponta transformações no estudo da comunicação política no tempo:

Os anos 80 trouxeram um certo interregno (ou ruptura). As discussões sobre a pós-modernidade (e a queda do muro de Berlim) embaralharam o foco dos estudos sobre comunicação e política. Alguns conceitos perdem força (o de ideologia, sobretudo), outros parecem indicar maior alcance explicativo (sociabilidade, linguagem, imaginário). O cenário político e cultural acusa fortes mudanças. A prática e o ideário político aparecem convulsionados nesse final de século (milênio), aparentemente escapando à lógica política tradicional (obedecendo a outra lógica? Ou indicando o aparecimento de uma nova?). Os meios de comunicação (agora batizados de mídia) assumem um papel central nesse novo cenário.

Vivemos uma “realidade mediática”, uma sociedade de comunicação. Se o “propriamente público” parece sucumbir a essa nova realidade, se a política institucional torna-se mais e mais desacreditada, a velha questão do poder, no entanto, permanece. E tanto quanto antes, a temática comunicação e política suscita interesses e se mantém como importante e fértil área de produção acadêmica. São novos conceitos, no entanto, as novas abordagens que se desenham (FRANÇA, 2000, p. 6).

Recuperamos aqui, nessa contribuição, dois importantes eixos que buscamos desenvolver desde as primeiras frases de nossa jornada. Em primeiro lugar, o cenário de intensa transformação motivou a proposição microinteracionista em seus estudos sobre problemas sociais promovidos pelo desenvolvimento econômico dos EUA. A grande transformação, narrada por França, não se apresenta na perspectiva microinteracionista como adversidade, mas como oportunidade de investigação sobre transformações promovidas pela construção social. Em segundo lugar, o conceito de “sociedade de comunicação”, que se apresenta como um novo desafio, demandando novas abordagens. Mas, na perspectiva microinteracionista, as interações das novas formas de comunicar guardam elementos teóricos investigados desde o século passado por essa tradição. A formação das ideias políticas pela interação (local ou virtual) não é uma novidade para os microinteracionistas.

2.4.1 Campos social, psicológico e racional do comportamento eleitoral

Marcos Figueiredo, um dos principais estudiosos brasileiros do campo eleitoral e da opinião pública, categoriza campos teóricos que investigam processos eleitorais. Figueiredo (1988) explorou três modelos (áreas do saber) explicadores dos comportamentos eleitorais: psicologista, sociológico e economicista.

No campo economicista, Figueiredo examina a perspectiva de Anthony Downs (1999). Em *Uma Teoria Econômica da Democracia*, o processo eleitoral é fruto do cálculo racional dos agentes partidários e eleitores. As decisões são tomadas visando o alcance de objetivos específicos, o que gera o poder explicativo da teoria downsiana. Dessa forma, o autor pressupõe que os agentes políticos agem conforme os agentes econômicos, buscando os próprios interesses. Assim, Downs faz uma analogia entre mercado e política. No entanto, o autor não menciona a preocupação em antever os objetivos dos atores políticos, apenas afirma que são as razões das escolhas eleitorais.

Figueiredo (1988) salienta que, no sentido downsiano, o indivíduo terá um comportamento maximizante, ou seja, sempre optará pela alternativa que oferecer melhores resultados; para os economicistas, por exemplo, o indivíduo escolherá a alternativa que, no mínimo, lhe ofereça a satisfação de seus interesses. Apesar da divergência, as duas teorias concebem o eleitor como sendo racional no momento da escolha. No entanto, para Figueiredo, o aspecto maximizante em Downs e o cálculo economicista, automaticamente, retiram a possibilidade de realização de cálculo estratégico pelo eleitor.

O “cidadão racional” downsiano é o homem mediano que compõe a grande maioria do eleitorado. Para ele, são irrelevantes as características psicológicas do homem. No entanto, não assume que o homem é apenas uma máquina calculista, como o homus econômicos das teorias utilitaristas. O homem tem história, vontades, desejos, paixões, interesses etc. (...) Portanto a “equação” decisória compõe-se de dois termos: de um lado, estão os eleitores, com sua história social, e, de outro, os postulantes. Os primeiros, perseguindo seus próprios interesses ordenam os candidatos/partidos numa ordem de preferência; os segundos ofertam políticas para ganhar as preferências dos eleitores e serem eleitos.

Eleitores buscam maximizar possíveis ganhos das ações governamentais, enquanto os políticos entram em competição eleitoral para maximizar votos. Políticos podem, e normalmente têm, objetivos sociais, projetos políticos e sonhos; entretanto entram na disputa pelo voto querendo, sempre, mais votos do que menos. Este fato é importante para se compreender o cálculo político dos eleitores e dos políticos (FIGUEIREDO, 1988, p. 129-130).

Duas questões sobre a proposição downsiana emolduram o debate para os propósitos de nosso exame. A primeira questão é apresentada por Figueiredo: esse eleitor, na possibilidade reduzida de vitória do postulante escolhido (e das chances de execução das proposições), que ainda assim vota no candidato, não se mostra calculista. Em outros termos, a proposição downsiana apresenta uma ausência, uma contradição. A segunda questão trazemos da reflexão microinteracionista. A perspectiva meadiana reconhece a atividade racional do sujeito nas escolhas, mas também apresenta a fonte do repertório de informações – formada pelos processos de relação com o mundo vivido e das interações sociais. O eleitor downsiano apresenta-se de forma isolada tanto na formação de suas expectativas quanto na projeção de suas preferências.

A perspectiva social do comportamento eleitoral (teorias histórico-contextuais)⁵⁹ é descrita sumariamente por Figueiredo (1988) da seguinte forma: “O comportamento eleitoral tem um antecedente que é a participação política. Votar é um ato final de um processo social mais amplo” (FIGUEIREDO, 1988, p. 49). O contexto social do eleitor, para essa perspectiva, sua descrição e a característica de vida nele, forma o comportamento eleitoral. O autor salienta que “são coletivos sociais e não indivíduos que imprimem dinâmica à política e são os resultados agregados de ações coletivas que precisam ser explicados” (*Ibidem*, p. 49-50) – principalmente considerando o funcionamento da comunicação em rede. Assim como salientado em algumas oportunidades de nossa argumentação, Figueiredo indica que a proposição de interação da perspectiva social do voto tem a essência e a forma da teoria durkheimiana – como pode ser observado no seguinte fragmento:

Mas quem age, quem participa são os indivíduos de forma organizada ou isoladamente. Para a sociologia política o ato social individual não é socialmente isolado. Proposições sobre ações individuais são derivadas da condição societal por excelência: a interação social.

A fonte epistemológica da explicação está na interação social, que o modelo sociológico é estendido ao comportamento político. Proposições sociológicas são proposições sobre grupos sociais, envolvendo propriedades desses grupos. (...). Em outras palavras, em situações sociais, onde as escolhas e os comportamentos das pessoas dependem das escolhas e comportamentos das demais, proposições sobre indivíduos não podem ser somadas para gerar proposições sobre os resultados agregados. O somatório de milhares de micro-motivos não explica os macro comportamentos (*Ibidem*, p. 50, grifo nosso).

Na perspectiva sociológica da explicação do voto, segundo Figueiredo (1988), as interações funcionam em uma função probabilística dos efeitos na formação das ideias dos

⁵⁹ Termo utilizado por Figueiredo (1988).

envolvidos. No entanto, essa função depende ainda do grau de coesão dos grupos sociais: a essência das ideias pré-existentes marca posição em forma de identidades culturais e consciência de classe.

Em face de a proposição da presente investigação tratar de uma abordagem social (paradigma meadiano), exploraremos um pouco mais o modelo sociológico. Figueiredo (1988) afirma que uma teoria sobre o comportamento eleitoral deve responder a duas questões básicas: 1) o que motiva o voto; e 2) a direção do voto. O autor descreve como a teoria sociológica responde a tais questões. A primeira questão é fundamentada na seguinte proposição: “Respostas participativas aos apelos mobilizadores da política variam diretamente em função do grau de desenvolvimento da sociedade” (FIGUEIREDO, 1988, p. 59). Tal proposição está em linha com um importante axioma da sociologia política: o comportamento político dos sujeitos é função da natureza e da densidade das interações, das opiniões – fruto dessas interações – e do estado socioeconômico. Está em linha também com a proposição praxiológica: interação e preparo/interesse dos sujeitos.

Figueiredo salienta que a sociologia política trabalha com um *continuum* teórico que tem como extremos dois contextos sociais: o tradicional e o moderno. O autor argumenta que a taxa de participação dos sujeitos é maior quanto mais o contexto social de referência se aproxima do extremo moderno. Em outros termos, o desenvolvimento social leva à mudança de comportamento que, por sua vez, leva à mudança política. Para Figueiredo, essa proposição reescreve o axioma em que o comportamento político do sujeito é função da natureza, das interações, do estado social e das forças momentâneas.

Para a segunda questão essencial que explica o comportamento eleitoral, Figueiredo (1988) destaca que as sociedades sem organização social, no que se refere ao comportamento eleitoral, são caracterizadas por três aspectos dominantes: “clientelismo”, “partidarismo” e “*issue oriented*”⁶⁰ (orientado para um problema).

Pelo até aqui exposto, nas reflexões de Figueiredo (1988), a teoria sociológica formula duas hipóteses para o processo eleitoral: a primeira seria a eleição normal, ou seja, os indivíduos votam como a teoria prevê; votam em candidatos que atendam as expectativas eleitorais. A segunda é a da eleição desviante, em que fatores momentâneos apresentam resultados significativos na decisão eleitoral. Para Figueiredo, a teoria sociológica do voto é muito confusa e contraditória.

⁶⁰ A direção do voto marcadamente orientada pelo aspecto “*issue oriented*” indica que os candidatos possuem, como base discursiva, uma atuação “especializada” e não uma representação ideológica. Indica também, segundo Figueiredo, a influência de fatores personalísticos para fixação de “imagens”.

A perspectiva psicológica é apresentada por Figueiredo (1988) na descrição do modelo de Michigan⁶¹. O modelo examinado pelo autor apregoa a lei causal, em que o comportamento político é função do ambiente social e das atitudes dos sujeitos. Figueiredo apresenta o enunciado básico do modelo, assim formulado: “indivíduos social e atitudinalmente semelhantes tendem a ter comportamentos políticos semelhantes, a votarem na mesma direção, independente de contextos históricos”⁶² (FIGUEIREDO, 1988, p. 16). O autor examina a proposição do modelo de Michigan, afirmando que:

É importante ressaltar o que significam influências psicológicas neste contexto. Esta conceituação é retirada dos estudos das teorias de grupo e psicologia social. Nestas teorias, orientações em direção e questões políticas começam antes dos indivíduos terem idade para votar e, em grande medida, é um reflexo de seu ambiente social imediato, sendo a família o ambiente preponderante. Assim sendo, atitudes políticas são formadas e entram no sistema político através de um “sistema de personalidade”, no sentido parsoniano. Este processo de formação de atitudes é chamado de socialização política (*Ibidem*, p. 14-15).

A proposição do modelo de Michigan é da “catequese” política, a personalidade política do sujeito é formada por categorias normativas que projetam comportamentos eleitorais – em uma perspectiva da formação de estrutura social (Parsons). Trata-se da socialização determinada, não pelo ambiente macrossociológico, mas pelos núcleos de convivência presentes na formação psicológica do sujeito. Essa perspectiva não protagoniza o sujeito: as interações sociais – ao contrário da proposição microinteracionista – são responsáveis pela determinação das ideias e opiniões.

Figueiredo destaca a contribuição para essa abordagem de um de seus fundadores: Philipe Converse – pensador celebrado entre os pesquisadores sociais de comportamento social:

É com base nesta argumentação que Philipe Converse (...), um dos fundadores do modelo de Michigan, elabora a teoria de “crença de massa”. Os sistemas de crenças desenvolvidos pelos “diversos públicos” constituem o elo causal entre as motivações psicológicas para a ação política e a ação observada ou a ser predita. Seguindo este paradigma, Converse (...) argumenta e demonstra empiricamente, que os indivíduos, quaisquer que sejam seus ambientes sociais, distribuem-se e relacionam-se com o mundo político segundo os níveis de conceptualização que são capazes de elaborar. Ou seja, a compreensão da natureza e do escopo da política, em qualquer sociedade, é

⁶¹ O modelo de Michigan (EUA), surgido nos anos 1950, tem como principal precursor Angus Campbell – autor do livro *The American Voter*.

⁶² Curiosamente, essa foi a proposição da empresa britânica Cambridge Analytica Ltd., acusada de, junto com a rede social Facebook, acessar os dados de usuários e criar macrossegmentações psicológicas para projetar ações eleitorais em diversas eleições – sobretudo a que elegeu Donald Trump em 2016.

estratificada segundo “níveis de conceptualização”, de compreensão, da política. (FIGUEIREDO, 1988, p. 19)⁶³.

Para Converse, ainda segundo Figueiredo, uma vez formadas as atitudes e opiniões sobre o mundo social, apresentam-se estáveis e interrelacionadas com outras adquiridas no tempo. O desafio dessa perspectiva, para Figueiredo, é desvendar as interrelações entre atitudes e opiniões formadas. Com isso, e com a contribuição de outras teorias examinadas por Figueiredo, o modelo de Michigan destaca-se também pela pretensão preditiva dos comportamentos e opiniões. Mais uma evidência da ausência de protagonismo dos sujeitos na formação das próprias atitudes e opiniões.

Resumidamente, a teoria do *comportamento eleitoral estratégico* de Marcus Figueiredo (1988) pode ser generalizada através do quadro de possibilidades decisórias, que se fundamenta em três variáveis: 1) o ordenamento das preferências eleitorais; 2) as chances de vitória entre os candidatos; e 3) as expectativas que cada eleitor forma sobre o comportamento dos demais (n -1) eleitores. As variáveis propostas fazem parte de um argumento central de que o eleitor vota estrategicamente.

Eleitores decidem se votam e para quem darão seus votos tendo por base um cálculo estratégico. Com exceção de minorias apaixonadas, os eleitores, quando julgam necessário, participam e dão seus votos a candidatos que maximizam a sua utilidade esperada: os eleitores tendem a participar se e quando percebem que o candidato com maiores chances de produzir o que ele espera da política pode ser ameaçado por uma candidatura não desejada (FIGUEIREDO, 1988, p. 278).

Quanto à primeira variável, ordenamento das preferências eleitorais, o autor apresenta uma escala de quatro pontos paradigmáticos: 1) indiferença (negativa e positiva); 2) fraca preferência; 3) estrita preferência; e 4) forte preferência. Dessa forma, para cada opção de candidatura, o eleitor escolhe uma categoria que expressa o nível de sua preferência, excluindo os candidatos rejeitados. Quanto à segunda variável, chances de vitória entre os candidatos, os eleitores se posicionam entre: claro ganhador, perdedor e empate técnico. Aqui, o eleitor avalia a utilidade de seu voto pelas chances de vitória de cada candidato. A terceira e última variável, crença na racionalidade dos demais eleitores, funciona como um “operador lógico” que pondera a decisão dos demais eleitores.

⁶³ Figueiredo (1988) indica a fonte da proposição de Converse: artigo “*The Nature of Belief Systems in Mass Publics*”.

O eleitor estratégico de Figueiredo (1988), embora não seja considerado um sujeito isolado como na perspectiva economicista, também não parece estar engajado em interações sociais. O eleitor estratégico projeta o “outro generalizado” por intuição – leva em consideração “o outro”, sem necessariamente interagir com ele.

2.4.2 Centralidade da sofisticação política

Mônica Mata Machado de Castro, em sua tese denominada de “Centralidade da Sofisticação Política” (CASTRO, 1994), parte da oposição entre a perspectiva sociológica durkheimiana (que denominou “macro”) e a perspectiva da escolha racional sustentada pelo Individualismo Metodológico (que denominou “micro”). E propõe o equilíbrio entre as duas perspectivas:

Os argumentos desenvolvidos levam à conclusão de que uma teoria do comportamento político, para ser suficientemente fecunda e sustentável em confronto com a realidade, tem de articular as duas perspectivas. Essa teoria deve considerar a racionalidade das ações individuais em contextos sócio-econômicos e institucionais que, se de um lado podem ser apreendidos como resultantes da própria ação, de outro condicionam a ação, conformando os fins e os meios à disposição do ator (CASTRO, 1994, p. 2).

As perspectivas teóricas que motivam o exame de Castro apresentam-se como extremos de uma polarização. De um lado, o sujeito pertencente a uma sociedade autônoma, que impõe as ideias e opiniões formadas (holismo metodológico). Do outro, o sujeito que determina e ordena as ideias em face da experiência (individualismo metodológico). Assim, opõem-se a sociedade sem sujeitos da ação e o sujeito racional, isolado em seus cálculos que promovem as ações. Para propor a articulação dos polos, Castro (1994) apresenta as fragilidades teóricas das perspectivas. Sobre o Individualismo Metodológico, a autora aponta a ausência da perspectiva do contexto social no exame sobre o comportamento eleitoral – além da fragilidade da categorização de tipos de ações e motivações.

A maioria dos adeptos ao individualismo metodológico sugere que a situação em que os atores se encontram é importante. Esse fator é, muitas das vezes, introduzido na análise para explicar as diferenças nas ações individuais. O problema surge quando se afirma a importância de se considerar a situação dos atores, sem a preocupação de relacionar sistematicamente tipos de situação com tipos de motivações e de alternativas de ação. Muitas vezes se reconhece que o interesse e os meios à disposição dos indivíduos são diversos, mas não há, sempre, a preocupação de construir teorias a respeito das circunstâncias que supostamente explicariam por que certos grupos de atores perseguem certos objetivos e agem ou deixam de agir de uma determinada

maneira. Pode-se dizer que a teoria, nesta perspectiva, só se interessa por um ponto da cadeia causal que explicaria comportamentos sociais e políticos e traços estruturais amplos: a relação consistente e racional entre intenções e ações, deixando de lado a relação entre situações e intenções (CASTRO, 1994, p. 15).

As ausências indicadas pela autora podem ser encontradas na perspectiva meadiana – que considera tanto a racionalidade do sujeito quanto a formação das ideias nos processos interacionais. Por outro lado, Castro também indica a fragilidade das perspectivas funcionalistas:

Muitos autores simplesmente descartam toda a contribuição macro-sociológica, principalmente a marxista, afirmando a falsidade das suas teorias. Teoricamente, criticam o determinismo e o historicismo destes modelos e consideram a explicação baseada na causalidade estrutural imprópria para as ciências sociais.

Os modelos funcionalistas foram criticados também teoricamente. Mostrou-se que as construções de autores como Parsons, por exemplo, são na verdade taxonomias – conjuntos de definições que permitem a classificação e a descrição de acontecimentos sociais – do que teorias, entendidas como proposições sistematicamente relacionadas, que propõem uma explicação para os fenômenos sociais (*Ibidem*, p. 9).

A ausência da participação do sujeito na elaboração e formação das ideias, apontada para os modelos funcionalistas por Castro, é resolvida pela perspectiva meadiana – processos interacionais com afetação dos envolvidos na formação das ideias.

A articulação entre as teorias antagônicas, proposta por Castro, parte da resposta às críticas apontadas para cada polo.

A discussão em torno da controvérsia entre a corrente macro-sociológica e a teoria da escolha racional mostrou que em cada uma dessas correntes, ao tratar de responder às críticas a elas dirigidas, levam-se em conta, de alguma forma, os fatores considerados mais importantes pelo enfoque alternativo. Autores que enfatizam os fatores macro-sociológicos reconhecem a importância de se considerar a ação individual como **fator interveniente**, explicativo da relação entre processos sociais amplos. De outro lado, ao proporem modificações na teoria da escolha racional de forma a explicar a realidade, muitos autores consideram as variáveis macro-sociológicas como **fatores explicativos antecedentes** da ação.

A discussão indica, assim, que há necessidade de uma articulação entre as duas perspectivas. Só assim é possível construir uma teoria dos fenômenos sociais e políticos suficientemente rica, fecunda e sustentável em confronto com a realidade. Esta teoria deve considerar ações individuais em contextos sociais ou totalidades dadas, contextos estes que se de um lado podem ser apreendidos como resultantes da própria ação, de outro condicionam esta ação, conformando os fins e os meios à disposição do ator (CASTRO, 1994, p. 19-20, grifo da autora).

Em seu exame, a autora aponta falhas e indica a solução para o impasse teórico que opõe as perspectivas: consubstanciação de suas qualidades. Unir, em uma mesma perspectiva, o “fator interveniente” dos sujeitos e os “fatores explicativos antecedentes” é suficiente? Castro indica parte do problema: a circularidade enquanto desafio dessa articulação, que pode indicar também outras ausências em uma simples consubstanciação teórica:

O problema analítico que pode daí advir é a circularidade: para explicar o comportamento dos indivíduos torna-se necessário especificar o contexto da ação e, para explicar o contexto, é necessário levar em conta as razões, desejos e crenças dos sujeitos da ação (CASTRO, 1994, p. 24).

A autora descreve a sua proposta de articulação a partir da exposição de sua hipótese sobre comportamento eleitoral. Castro propõe uma teoria que considera:

(...) ao mesmo tempo, fatores macroestruturais e fatores de tipo micro. A hipótese mais geral é a de que eleitores que vivem em contextos estruturais diferentes, em termos das dimensões político-institucional e sócio-econômica, farão escolhas eleitorais diferentes em função de seus atributos sociais, indicadores de situações e experiências de vida, relacionados com suas características políticas de caráter micro, principalmente seu interesse, envolvimento e informação a respeito de política. Metodologicamente, a proposta implica comparar as preferências eleitorais e partidárias de eleitores com atributos e experiências sociais diferentes (fatores como sexo, idade, escolaridade, ocupação, renda familiar, raça, participação em associações diversas) e características políticas de tipo micro variadas (opiniões, atitudes, interesse, envolvimento, informação em relação ao processo político), inseridos em contextos institucionais e socio-econômicos também diferentes (*Ibidem*, p. 108).

A articulação entre a dimensão social e a atitude individual, embora Castro atribua a relações de causalidade, parece apresentar uma proposição de soma de efeitos, consubstanciação das perspectivas, sem apontar as possíveis implicações diretas entre as proposições – o que a perspectiva microinteracionista propõe pela formação das ideias do sujeito nas interações sociais. A perspectiva meadiana propõe uma relação que, de fato, consubstancia ação individual e fenômenos sociais, não apenas aponta a soma dos efeitos dessas dimensões. Castro indica a relação de causalidade e o protagonismo de uma das dimensões nas escolhas eleitorais no seguinte fragmento:

Nenhuma dessas variáveis é suficiente, se considerada isoladamente, para explicar as opções eleitorais, todas elas devem ser incluídas numa cadeia causal sequencial em que os fatores sociológicos ficam mais distantes do comportamento eleitoral e as variáveis políticas micro mais próximas (CASTRO, 1994, p. 203).

A autora segmenta o comportamento eleitoral entre eleitores *mais sofisticados* (mais informados, com posição social mais alta) e *menos sofisticados* (mais desinformados e de posição social mais baixa). Com base em *survey* analisado, a autora indica que a distinção se dá, de um lado, na relação dos mais sofisticados com preferências partidárias, e, por outro, na relação de determinação social nas decisões dos menos sofisticados.

Os dados sugerem que os eleitores mais sofisticados são aqueles que votam orientados por preferências partidárias baseadas na comparação entre suas próprias opiniões quanto a *issues* diversos e propostas defendidas pelos partidos e candidatos. Eleitores com baixa sofisticação política tendem a se identificar com os candidatos independentemente de preferências partidárias relacionadas com opiniões quanto a *issues*, quando têm posição sobre as questões envolvidas nas campanhas eleitorais, tendem a atribuir suas opiniões ao partido que eventualmente preferem e ao candidato que escolhem, tendem também a imputar aos próprios candidatos as qualidades que lhes parecem as mais favoráveis. Assim, o voto das camadas de baixa posição social parece ser diretamente determinado por sua inserção na sociedade, que implica baixo grau de interesse, informação e envolvimento no processo político (CASTRO, 1994, p. 206).

Sobre a investigação que promoveu as considerações acima, cabe salientar que a avaliação de Castro se fez com base em pesquisas de intenção de voto para as eleições presidenciais de 1989 – contexto e processo eleitoral que merecem algumas considerações: 1) foi o primeiro pleito após a redemocratização; 2) o processo eleitoral foi caracterizado por número expressivo de candidaturas e partidos; 3) é preciso considerar a polarização política que pautava o debate político mundial, temperado por efeitos da Guerra Fria, proposições de Ronald Reagan e Margaret Thatcher, contestações sobre a atuação do comunismo no Leste Europeu e antiga União Soviética; e 4) precisamente na comparação com nossa investigação, não retratou, nas principais conclusões, as características das eleições municipais.

Outra consideração importante, oferecida pela autora, é que as diferenças apontadas pelas categorias de sofisticação política não são explicadas pela dicotomia razão-emoção. Castro acredita, acessando Raymond Boudon, que: “Toda ação pode ser interpretada como orientada pela razão e movida pela emoção” (*Ibidem*, p. 210). A principal distinção apontada por Castro é o repertório de informações. No entanto, outro elemento da categorização da autora merece destaque: o repertório de informação limitado das “camadas de baixa posição social” lança os eleitores associados a essa categoria aos grilhões do determinismo – a inserção na sociedade é vitimizada por ideias pré-existentes e não potencializada por processos de interação. Já para categoria de maior sofisticação política, Castro indica o repertório de

informação como chave para adentrar e decifrar as ideias políticas – o que também explicaria o vínculo de eleitores com campos ideológicos⁶⁴.

2.4.3 Wilson Gomes e o conceito de imagem pública

Outra colaboração que destacamos dentre os estudos do comportamento político brasileiro vem de Wilson Gomes (2007), que aponta dois campos de investigação da comunicação política:

Inicialmente, é bom esclarecer que o que hoje nós reconhecemos como área de pesquisa em comunicação e política surge na verdade como dois endereços de investigação. De um lado, há a pesquisa sobre fenômenos do universo político, tais como a propaganda de Estado e as campanhas eleitorais em sua vinculação com a decisão de voto e a opinião pública, que se estabelecem em relação direta com recursos, formas institucionais e meios da comunicação de massa. (...). De outro lado, há a pesquisa sobre dimensões e aspectos do mundo da comunicação e da cultura de massa que se vinculam à política, como os estudos sobre jornalismo político, relações públicas no campo político, marketing de imagem político e propaganda política (GOMES, 2007, p. 44).

Curiosamente, os propósitos de nossa investigação perpassam as duas categorias de estudos da comunicação e política apresentadas por Gomes. De um lado, a formação da opinião e dos processos eleitorais. Por outro, coloca-se a questão da *imagem pública*, que Gomes reconhece como sinônimo de reputação em outro fragmento. Embora necessariamente percorramos as duas categorias de Gomes, o eixo central de nossa investigação está fincado na primeira: *construção social do quadro reputacional*, que se apresenta como pré-requisito para o julgamento das reputações dos postulantes (que o autor retrata na segunda categorização).

O que mais interessa para nossa investigação na colaboração de Gomes (2007) é denominado pelo autor como *a política da imagem*:

Se o termo “imagem pública” se refere ao conjunto de características ou propriedade estáveis que se reconhece publicamente compondo uma personalidade, então como separá-lo de expressões como “reputação” e outras correlacionadas como “fama”, “nome”? A rigor, não parece haver diferença importante entre imagem e reputação. Ao contrário, fama, nome e reputação, pelo menos aparentemente, poderiam recobrir adequadamente o campo semântico que nesses dias vem designado como imagem. Pessoas e instituições, corporações e produtos dependem de uma boa reputação, de um bom nome, de uma boa fama, isto é, de uma imagem positiva. A vantagem do

⁶⁴ Castro (1994) acessa a obra de Giovanni Sartori, *Politics, Ideology and Belief Systems*, para as considerações acerca do voto ideológico.

termo “imagem pública” é simplesmente o seu valor técnico em nossa época: trata-se simplesmente da terminologia vencedora (GOMES, 2007, p. 256).

Uma investigação ampla sobre como os conceitos de imagem e reputação são tratados nos estudos da comunicação, embora tenha grande utilidade, foge aos propósitos dessa tese. Cabe salientar, no entanto, que algumas correntes apontam distinções conceituais entre os termos⁶⁵. O objeto do exame de Gomes (2007), *a política da imagem*, retrata o fenômeno da prática política da “(...) competição pela produção e controle de imagens públicas de personagens e instituições políticas” (*Ibidem*, p. 242). Contrariando a cadência lógica da dicotomia que opõe discurso e imagem (imagético), o autor aponta a definição de *imagem pública*: “(...) em sua substância, é uma entidade conceitual, decisivamente apoiada e construída sobre mecanismos enunciativos linguísticos” (*Ibidem*). O autor pontua criticamente a proposição tecnicista⁶⁶, que pretensamente propõe a imposição da formação da imagem pública na percepção dos públicos – o que se linha à nossa posição.

O pressuposto dominante é que se pode, de algum modo, construir a imagem pública de produtos e empresas, através de um manuseio adequado de informação. Para tanto é preciso desenvolver e implementar princípios estratégicos e institucionais capazes de definir as mensagens-chave, determinar os outros procedimentos (estabelecimento de prioridades, organização estrutural), de acordo com os quais, então, trabalhar-se (*work out*) os formadores de opinião (*opinion-leaders*) e o público específico. Se a meta é a opinião pública, há de se identificar os formadores de opinião no mundo dos negócios, no governo, na academia, nos setores do comércio e indústria, no setor público geral e especialmente no âmbito da comunicação de massa

⁶⁵ Thomaz e Brito (2007) apresentam uma revisão teórica sobre distinções entre imagem e reputação. Os autores partem da investigação de A. Gotsi e A.M. Wilson para apresentar duas escolas de pensamento que se relacionam com os conceitos de imagem e reputação: análoga e diferenciada.

⁶⁶ É para o público, com o público e por intermédio do público que as ações políticas ganham contornos de influência eleitoral. Nessa perspectivam, a gestão de processos comunicacionais recebe atenção dos atores políticos no conjunto de elementos estratégicos que operam. As estruturas políticas têm a presença de profissionais de comunicação. Profissionais nomeados e concursados, consultorias e empresas formam as estruturas da gestão comunicativa que ambicionam a exposição propositiva dos atores políticos, bem como a gestão de reputação e a denominada “gestão de crise”. As pesquisas de opinião são frequentemente utilizadas, majoritariamente com medições eleitorais. O surgimento e aumento da potência das novas mídias digitais promoveram a demanda dos profissionais de comunicação digital. A circulação de conteúdos políticos, a percepção mais clara da audiência e participação dos públicos agenciavam a demanda por estruturas profissionais de comunicação. O que os atores políticos esperam dos profissionais de comunicação? Ambicionam o controle, o domínio da atenção e da interpretação da cena política que os favorece. Essa ambição, nem sempre declarada, expressa a demanda para a qual profissionais de comunicação procuram responder com proposições e métodos de trabalho. A herança hipodérmica dos EUA nos anos 1950 é forte condutora de expectativas dos atores políticos e das proposições de muitos profissionais de comunicação. Muitos atores políticos projetam nos especialistas de comunicação a ambição do controle dos públicos. Essa expectativa emoldura as ações políticas e comunicativas que movem a cronologia bianual e a gestão de estratégias nos anos ímpares. Assim, muitos preparativos da coxia do palco político ambicionam a “hipnose coletiva” da plateia e conduzem as ações dos atores políticos sob os holofotes no palco.

ao qual se deve transferir as informações que se quer difundir a respeito da corporação ou produto cuja imagem pública importa constituir.

Entretanto, por mais que se reconheça as afinidades de família, o problema da imagem pública não pode ser circunscrito aos termos das disciplinas do Marketing de imagem (...) e das Relações Públicas (...). Caso contrário, deveríamos nos contentar com algumas assunções teóricas sobre eficácia e necessidade de corporações, produtos e atores do campo empresarial terem uma imagem pública, a que se seguiria um conjunto consistente de indicações destinado a habilitar tecnicamente o profissional da imagem e orientar a atenção dos interessados na existência da própria imagem. Todavia, há de se reconhecer um certo número de questões que, particularmente no que tange o mundo da política, superam o patamar meramente técnico (GOMES, 2007, p. 244-245).

O tecnicismo que opera campanhas eleitorais, com inspiração na proposição hipodérmica, da bala mágica, ancora-se em modelos de trabalhos profissionais com soluções prescritivas, muitos dos quais prospectados com apoio de portfólios de campanhas bem-sucedidas. É o encantamento da *publicidade mágica*, da promessa de *hipnose coletiva* dos públicos, que conduz as expectativas de muitos que demandam produtos de comunicação política. É corrente o entendimento de que a reputação é gerenciada pela propulsão de conteúdos – e a promessa de que o simples alcance do eleitor promova o convencimento, o voto. A perspectiva funcionalista é dominante entre operadores da comunicação política e está presente na relação de muitos candidatos com profissionais de comunicação.

Gomes (2007) inicia seu exame apontando uma importante distinção entre imagem pública e imagem plástica/visual⁶⁷. Essa distinção é fundamental para nossa investigação, sobretudo na voz de uma abordagem fora do território pragmatista – o reforço da proposição de que a *imagem plástica* representa a *imagem pública*, sem se confundir com ela. Inspirado na proposição de Sartre, Gomes defende o conceito de imagem mental (fato cognitivo) para propor a distinção com imagem plástica.

(...) a *imagem pública* não é um tipo de *imagem* em sentido próprio, nem guarda qualquer relação com a *imagem plástica* ou *configuração visual* exceto por analogia com o *fato da representação*. Querendo encontrar um ponto de contato entre os dois fenômenos em aspectos visuais ou plásticos é certamente perder a possibilidade da analogia e ganhar o território da equivocidade. O termo “*imagem pública*”, finalmente, não designa um fato plástico ou visual, mas um fato cognitivo, conceitual (*Ibidem*, p. 246-247, grifo do autor).

⁶⁷ Aspecto retratado também por Lúcia Santaella, como observamos no primeiro capítulo.

Outro aspecto de destaque na proposição de Gomes, também destacado pela perspectiva microinteracionista, é a ideia da reputação enquanto concepção coletiva. Em face das múltiplas aplicações do termo “imagem” observadas, e das confusões que daí derivam, o autor propõe recorte conceitual que delimita conceitualmente *imagem pública*. Assim, propõe três aspectos essenciais para o conceito:

- a) o fato de que designam elementos de um repertório, de uma espécie de enciclopédia coletiva;
- b) o fato de que esse repertório designado seja posse e competência comum, isto é, compartilhado pelos sócios do grupo, o que, justamente, confere-lhe o caráter público;
- c) o fato de que tais elementos sejam de caráter nocional, cognitivo, isto é, de que se constituam substancialmente de concepções, ainda que tragam consigo disposições afetivas (GOMES, 2007, p. 253-254).

Mais precisamente sobre a formação social das ideias, e a possibilidade de afetações múltiplas em dado quadro social, Gomes vai além, ao afirmar que:

(...) as coisas se complicam um pouco mais, na medida em que, nesse caso, o conjunto não é certamente igual a soma dos seus elementos. Para ficarmos em uma metáfora química, num grupo humano, é bom lembrar, a composição provoca uma espécie de reação sobre as propriedades individuais de cada elemento. Além disso, cada elemento é uma vontade, uma inteligência e um centro de relações, capaz não só de agir e reagir, mas particularmente, de retroagir, isto é, de alterar a própria posição em face da posição, real ou presumida, dos outros, em face de mudanças nas circunstâncias gerais ou específicas ou, até mesmo, em razão da mera e essencial volubilidade humana (*Ibidem*, p. 257).

Negando a proposição do sujeito isolado da perspectiva racionalista e reconhecendo as possíveis reações do sujeito no ato social – contrariando o determinismo social clássico –, Gomes aponta o problema de aplicação da *enciclopédia coletiva* nos processos de comunicação política:

O problema é que no caso das imagens públicas não lidamos propriamente com as pessoas mas com personae ou máscaras teatrais, não lidamos com a formação da ideia sobre alguém originada pelos anos de convivência mas com o processo psicológico e social de caracterização (GOMES, 2007, p. 258).

Entra em campo a arte e as artimanhas dos profissionais de comunicação e dos próprios candidatos – em busca de aproximação entre o candidato e os padrões que formam a reputação desejada pelo eleitor.

2.5 Pulsão e emoção nos processos comunicacionais⁶⁸

Mead, conforme retratado por Morris (2010), trata a questão sensível como estímulo para a atenção do sujeito. Nesse sentido, os processos interacionais podem ser ativados a partir de estímulos sensíveis. O fragmento a seguir, retirado de manuscrito inédito intitulado “A função das imagens na conduta”, descreve essa noção:

É importante enfatizar a sensibilidade aos estímulos apropriados que desencadeiam os impulsos. Essa sensibilidade também é, em outros contextos, chamada de “aspecto seletivo da atenção”. Em sua dimensão motora, a atenção dificilmente conota algo além desse relacionamento entre uma tendência pré-formada para agir e o estímulo que libera o impulso. É controverso afirmar algo como uma atenção passiva. Até mesmo a dependência da atenção sensorial em relação à intensidade dos estímulos implica atitudes gerais de fuga ou proteção, que são mediadas por esses estímulos ou por intermédio dos estímulos dolorosos concomitantes a uma estimulação intensa (MORRIS, 2010, p. 359-360).

Mead propõe a participação de elementos sensíveis não como motivadores independentes da ação, mas como pavio do rastilho cognitivo que promove a ação. Esse conceito é o cerne da proposição de Boudon (1995) (autor não pragmatista) acerca da racionalidade.

Raymund Boudon apresenta importantes considerações acerca do exame da racionalidade. Alinhado ao determinismo durkheimiano e ao individualismo metodológico – portanto, em oposições temáticas com pressupostos microinteracionistas –, Boudon (1995) defende que as ações devem ser associadas a categorias de racionalidade. Assim, o autor entende que uma ação, no âmbito da sociologia clássica, deve ser considerada racional quando se estrutura em razões obviamente fundamentadas. Ao apontar os excessos da definição ampla de Popper, Boudon busca uma demarcação semântica de racionalidade e descreve quatro classificações: 1) Racionalidade Objetiva; 2) Racionalidade Subjetiva; 3) Racionalidade Psicológica; e 4) Irracionalidade. A *racionalidade objetiva* refere-se ao indivíduo que utiliza os canais informacionais e de conhecimento para alcançar objetivos previamente determinados/almejados. Boudon adverte, no entanto, sobre possíveis vulnerabilidades e inconsistências desses canais definidores do nível informacional dos sujeitos. Já a

⁶⁸ Entendemos, e pretendemos investigar esse aspecto no futuro, que a construção social da reputação de um objeto específico é mais dependente dos aspectos passionais do que na construção do quadro reputacional. Essa nossa visão pode explicar a diferença entre o volume de argumentações no campo da racionalidade com o do campo das relações afetivas no presente trabalho.

racionalidade subjetiva é acessada por sujeitos com repertório de informação reduzido – fundamenta-se em sujeitos que mobilizam ideias preconcebidas para auxiliar as escolhas, ainda que subjetivamente. Apesar de considerar que tais raciocínios levam a ações que não sejam ótimas, e, portanto, a resultados não satisfatórios, o autor se preocupa em não associar essa categoria de racionalidade ao conceito de irracionalidade e, ao mesmo tempo, diferenciar das ações da racionalidade objetiva. A *racionalidade psicológica* é ainda mais intrigante. Acessando a categoria weberiana das ações “afetivas”, o autor caracteriza essa racionalidade como sendo a fonte das ações inspiradas pela emoção, pelas paixões: ação racional motivada por estímulos sensíveis. Finalmente, a categoria *irracionalidade*: Boudon acredita que, na maioria das vezes que uma ação é caracterizada como irracional, é por incapacidade do analista. Portanto, uma ação será considerada racional de acordo com a intenção do indivíduo: se possui objetivamente uma razão para agir, essa ação é o pressuposto de racionalidade; ao contrário, é considerada irracional.

Prado (2013) parte do conceito de convocação para acessar uma outra categoria de racionalidade motivada por elementos passionais. No seguinte fragmento, o autor apresenta o conceito de *convocação*:

A convocação é, em primeiro lugar, um empuxo à interatividade, para que o consumidor dê respostas a esse apelo. É preciso produzir circuito pulsional, circulação de sentidos-sensações. A convocação é apelo para que participantes participem, emitam, façam parte da comunicação e do consumo (PRADO, 2013, p. 40).

A partir dessa conceituação, inspirado em concepções teóricas do controle social – que conjuga pensadores como Gilles Deleuze, Slavoj Žižek, Vladimir Pinheiro Safatle –, Prado apresenta o conceito de “analistas simbólicos”, portadores de racionalidade instrumental. Sua proposição subjuga a racionalidade do sujeito aos processos comunicativos verticais do “sistema hegemônico”. Para o autor, a comunicação capitalista opera as convocações dos sujeitos sensibilizados, ao ofertar “(...) não uma satisfação pura e simples para uma necessidade ‘natural’, mas dá forma a uma demanda latente, fazendo-a expressar-se num querer cultural” (PRADO, 2013, p. 12).

Para Silveira (1998), a ação do eleitor pode ser explicada em função de sua visão de mundo. Mas o autor considera que essa afirmação explica pouco a decisão do voto. Para ele, muitas ideias e valores pessoais não são utilizados em decisões eleitorais e são poucos os eleitores que estruturam coerentemente seus pensamentos políticos – assim como proposto por Castro (1994), vinculados ao comportamento dos eleitores com maior poder aquisitivo. Para

Silveira (1998), a maioria dos eleitores é desprovida de saber político e apresenta ideias logicamente desarticuladas. Esses eleitores fundamentam seu voto em aspectos subjetivos, pelo gosto e pela consulta à sensibilidade, tornando-se incoerentes em uma visão da lógica política.

Em nossa abordagem meadiana, o conceito de construção social do quadro reputacional alude à perspectiva de consulta racional pelo sujeito. Mesmo que as proposições políticas sejam eivadas de elementos simbólicos e crenças que motivam campos sensíveis do eleitor, elas funcionam como estímulo para o acesso ao quadro de referências sobre como um candidato deve ser – *quadro reputacional*. A consulta racional, em uma perspectiva boudiana, é justificada pela intenção racional e não pela qualidade, conteúdo ou natureza do raciocínio. As crenças, por exemplo, que os sujeitos têm podem orientar o pensamento e o raciocínio em bases frágeis ou em inverdades, assim como as emoções podem reger um cálculo racional.

2.6 Racionalidade e o quadro reputacional pragmatista

Para os propósitos de nossa investigação, a tradição microinteracionista subsidia a elaboração dos seguintes axiomas sobre a formação do *quadro reputacional*:

- a) *o conceito de ecologia humana é referência para constituição dos padrões reputacionais*. A apreensão do eleitor sobre o ambiente de convivência cotidiana é o ponto de partida para a construção do *quadro reputacional* – a relação dos eleitores com a rua, o bairro, a cidade e com as comunidades de comunicação é a essência da formação dos padrões e expectativas sobre candidaturas ao executivo municipal;
- b) *a interação intersubjetiva consolida os padrões reputacionais*. As interações acerca das apreensões no mundo vivido, na perspectiva do Interacionismo Simbólico de Blumer, definem prioridades eleitorais e o perfil idealizado do(a) prefeito(a) em face das demandas que almejam solução;
- c) *o julgamento dos candidatos, a reputação destinada para cada postulante ocorre em face da comparação com o quadro reputacional construído*.

Os eixos axiomáticos apreendidos da tradição microinteracionista lançam os pilares de nossa colaboração para o pensamento da comunicação política. O ato social, em Mead, nascido da interação entre os sujeitos, está estruturado em três fases: a partir da iniciativa de um organismo (gesto), a resposta de ajustamento do segundo organismo (potencialmente capaz de afetar tanto o segundo quanto o primeiro organismo) e a concretização do ato social.

Em geral, temos nos ocupado com o processo social da experiência e do comportamento tal qual aparece ao ser eliciado pelo ato de ajustamento de um organismo a esse ato, na relação com outro organismo. Verificamos que a natureza do significado está intimamente associada com o processo social tal como aparece. Esse significado envolve uma tripla relação entre as fases do ato social como contexto em que ele surge e desenvolve: a relação do gesto de um organismo à resposta de ajustamento de outro (igualmente implicada no mesmo ato) e ao complemento do ato em questão, uma relação tal que o segundo organismo responde ao gesto do primeiro, indicando o fechamento do ato em questão ou se referindo ao seu completamento (MORRIS, 2010, p. 89).

Ao final do ato social, tem-se a base do significado, encarnado nas interpretações e condutas sociais decorrentes.

A estrutura lógica do significado, como vimos, pode ser encontrada no tríptico relacionamento do gesto com a resposta de ajustamento e com o resultado de um determinado ato social. A resposta de um segundo organismo ao gesto do primeiro é a interpretação – e explica o significado – do gesto, como o indica o resultado do ato social iniciado por ele e em que ambos os organismos estão envolvidos. A relação triádica, ou tríptica entre gestos, resposta de ajustamento e resultado do ato social, que o gesto inicia, é a base do significado, pois a existência do significado depende do fato de que a resposta de ajustamento do segundo organismo é dirigida ao resultado de um ato social, iniciado e indicado pelo gesto do primeiro organismo. A base do significado, assim, está objetivamente lá na conduta social ou na natureza em sua relação com tal conduta. O significado é o conteúdo de um objeto dependente da relação entre um organismo ou grupos de organismos e ele. Não é essencial ou primariamente um conteúdo psíquico (conteúdo da mente ou da consciência), pois não precisa de modo algum ser consciente, e de fato não o é até que dele decorram símbolos significantes no desenrolar do processo da experiência social humana. Somente quando ele se torna identificado com tais símbolos é que o significado se torna consciente. (...). Em outras palavras, o significado envolve uma referência do gesto de um organismo ao resultado do ato social que ele indica ou inicia e ao qual um outro organismo responde para se ajustar. Tal resposta de ajustamento pelo outro organismo é o significado do gesto (MORRIS, 2010, p. 93).

Os significados originados dos gestos iniciais, estimuladores dos processos interacionais, contribuem para a formação das ideias relacionadas com um objeto. E, como pode ser observado no seguinte fragmento, os processos interacionais produzem campos do pensamento universais para as comunidades de comunicação. No entanto, a perspectiva de Mead concebe o indivíduo que pode acessar, enquanto reflexão sobre o outro generalizado, outras perspectivas de universalidade. Para Mead: “O significado propriamente dito, ou seja, o objeto do pensamento, surge na experiência por meio da autoestimulação da pessoa para que assuma a atitude de outrem em sua reação a um objeto” (*Ibidem*, p. 102). Assim, entra em campo o componente reflexivo: a liberdade do sujeito em acessar as ideias construídas

comunitariamente e a autonomia para refletir sobre elas. A apreensão de variadas referências nas experiências de formação das ideias coletivas e das características do mundo objetivo conjuga o repertório de informações para escolhas e decisões específicas. Com isso, a formação das ideias, a criação comunitária dos repertórios, são acessadas pelo sujeito para a relação com objetos específicos. Uma vez que:

O homem se distingue pelo seu poder de análise do campo de estimulação, que lhe permite escolher um estímulo em lugar do outro e, assim, apegar-se à resposta que pertence a tal estímulo, preferindo-a em relação a outras, depois recombina-a com as demais.(...) O homem pode combinar não só as respostas que já estão lá, algo que um animal inferior pode fazer, mas o sujeito humano pode penetrar em suas atividades e desmembrá-las, dando atenção a elementos específicos, retendo as repostas que atendem a esses estímulos em particular e depois combinando todos esses elementos para construir um novo ato (MORRIS, 2010, p. 108).

O acesso ao repertório comunal edificado conta com atributos de racionalidade. As relações na sociedade formam as ideias presentes na mente, que estão à disposição do *self*. A inspiração peirceana do conceito do pensamento (enquanto ato intencional) está presente nas proposições de Mead. A racionalidade para decidir os rumos das ações busca, na memória (experiências do passado) e nas projeções sobre futuro, as soluções para o aqui e agora.

A inteligência é essencialmente a capacidade de solucionar problemas do comportamento presente em termos de suas consequências futuras, tais como são implicadas pelas experiências passadas; ou seja, trata-se da capacidade de solucionar problemas do comportamento presente à luz tanto do passado como do futuro ou em referência a estes – é uma capacidade que tanto implica memória como antevisão. E o processo de praticar a inteligência é o processo de adiar, organizar e selecionar uma resposta ou reação aos estímulos de uma dada situação ambiental. Esse processo é possibilitado pelo mecanismo do sistema nervoso central que permite que a pessoa tome a atitude que uma outra tomaria em relação a si e, assim, tornar-se um objeto para si mesma. Esse é o mais efetivo meio de ajustamento ao ambiente social e inclusive ao ambiente geral que a pessoa tem a sua disposição (*Ibidem*, p. 111).

Tanto a tríade peirceana (qualidades, relações, mediações) quanto a interpretação ternária sobre a perspectiva meadiana por Blumer (ambiente, interação, interpretação) consolidam os aspectos supracitados como fundamentos de nossa perspectiva sobre a formação e o papel do *quadro reputacional* para as escolhas eleitorais. O primeiro ato é a relação dos eleitores com o *mundo objetivo* e com os aspectos evidenciados pela ecologia humana, em face da busca das qualidades que indicam demandas e formam expectativas eleitorais. O segundo ato são as interações sociais acerca das apreensões dos sujeitos no mundo vivido. Trata-se, em

nossa perspectiva, da aplicação das apreensões aos problemas de ordem política, das soluções para as demandas percebidas. Aqui se formam as ideias, os repertórios – o *quadro reputacional*. O ato final, para o campo eleitoral, é a aplicação do *quadro reputacional* para avaliação, interpretação e julgamento acerca de postulantes objetivos (avaliação sobre aproximações e distanciamentos conceituais de cada candidatura em relação ao idealizado pelo quadro de referência reputacional). A consequência do terceiro ato é a escolha: o voto é, em última instância, o ato intencional de promoção das soluções para os problemas do mundo objetivo.

O desafio que nos impõe, na necessária ligação entre o referencial teórico e a pesquisa empírica, está estruturado em dois pilares. O primeiro trata da exposição comprovativa da formação do *quadro reputacional*. O segundo pilar refere-se à relação desse *quadro reputacional* com a percepção acerca do *mundo objetivo* pelos eleitores. Apresentamos a relação dos dois pilares como principal problema de nossa pesquisa, uma vez que apenas a comprovação da existência do quadro reputacional não indica necessariamente como foi formado – se por interações ou determinado socialmente. Nesse sentido, a simples comprovação do quadro reputacional nos levaria a um problema de ordem metodológica – descrição da existência, mas fraca associação com a perspectiva teórica que nos associamos. A avaliação sobre a relação dos eleitores com as cidades que residem, consideradas as diferentes realidades sociais – problemas e demandas que esperam soluções –, promove as relações de causalidade em face das análises sobre os dois conteúdos discursivos que examinaremos: projeções sobre ideário de candidaturas (*quadro reputacional*) e avaliação sobre o *mundo objetivo* (ecologia humana).

Capítulo 3

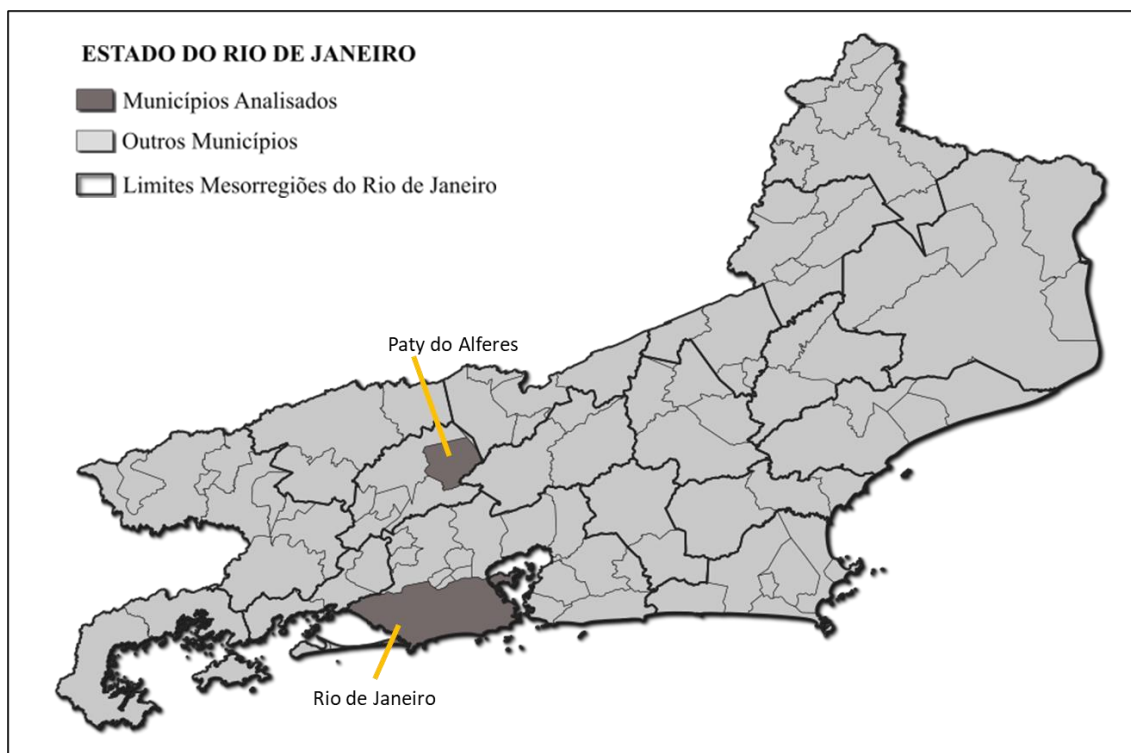
3 Quadro reputacional e eleições municipais

3.1 A composição do *corpus*

Organizamos o *corpus* pelos quatro eixos analíticos propostos no primeiro capítulo: *mundo objetivo*, *mundo percebido*, *reputação requerida* e *mundo prometido*. O primeiro eixo, *mundo objetivo*, tem como suporte analítico conteúdos de relatórios do IBGE, de governos, entre outros órgãos. Os eixos dois e três, *mundo percebido* e *reputação requerida*, serão avaliados com conteúdos extraídos de pesquisas qualitativas. Já o quarto eixo, *mundo prometido*, resultará da análise de identidades visuais de candidaturas dos municípios estudados. Antes que possamos expor os detalhes do *corpus*, é *mister* descrever os critérios de definição do universo considerado para o nosso exame, ou seja, a seleção de municípios que foram analisados. O termo mais apropriado para essa seleção seria “oportunidade”. As pesquisas realizadas pela empresa *Informa Instituto de Pesquisa e Consultoria Ltda.*, frutos de encomendas comerciais e de iniciativas próprias, foram disponibilizadas para o presente exame. Antes da seleção dos municípios, um conjunto de perguntas padronizadas foi inserido nos instrumentos de campo em diferentes projetos executados. O conjunto de municípios pesquisados foi examinado com critérios que pudessem justificar as escolhas dos que seriam utilizados na tese. Cabe salientar que as formas de gestão de campanhas, transformadas pelo ambiente pandêmico, limitaram as contratações e execuções de pesquisas qualitativas. Nos meses de agosto e setembro de 2020, o formato metodológico *entrevistas em profundidade* foi o mais demandado.

Em posse da lista dos municípios pesquisados (em que foi aplicado o conjunto de questões para subsidiar a presente pesquisa), sobretudo nos estados do Rio de Janeiro e de São Paulo, entendemos que seria mais recomendável selecionar os casos de apenas uma unidade federativa, uma vez que esses municípios, além das questões internas, comungam do mesmo regime de circulação política e econômica no nível estadual (governo do estado, mídias estaduais, ambientes político, social e econômico). Escolhemos o estado do Rio de Janeiro para a seleção de municípios. Centramos a nossa seleção na capital, enquanto principal município do estado e um dos principais do Brasil. Assim, nosso exame dedicará atenção especial ao município do Rio de Janeiro, mas, como forma de comparação com outra realidade social, selecionamos outro município de pequeno porte populacional do interior do estado: Paty do Alferes. O mapa a seguir expõe a posição geográfica dos municípios selecionados:

Mapa 1 – Municípios selecionados para a pesquisa



Fonte: elaborado exclusivamente para a tese.

3.1.1 Dados secundários

Para o propósito dessa exposição inicial, sobretudo para o leitor que não conheça o estado do Rio de Janeiro, apresentamos algumas informações estatísticas que caracterizam os municípios selecionados. Cabe salientar que a capital conta com sistemas de informações mais robustos e, portanto, pode ser examinada com mais detalhes – sobretudo pelos relatórios que disponibilizam informações estatísticas, como o Instituto Pereira Passos e o Data Rio. Não é nosso intuito cansar o leitor, mas é sempre importante salientar algumas questões já pontuadas, como as que se referem ao propósito do primeiro eixo, mundo objetivo: trata-se de informações técnicas que podem ou não indicar experiências dos sujeitos no cotidiano. A tabela que segue apresenta alguns indicadores selecionados que expressam características demográficas e socioeconômicas dos municípios. Os indicadores apresentados exemplificam dados que caracterizam os municípios e que pode subsidiar a análise sobre a ecologia humana (*mundo objetivo*).

Tabela 4⁶⁹ - Indicadores socioeconômicos dos municípios selecionados

Atributos	Rio de Janeiro	Paty do Alferes
População (2010) - IBGE	6.747.815 hab	27.858 hab.
Área - IBGE	1.200 km ²	314 km ²
PIB <i>per capita</i> (2010) - IBGE	54.426 R\$/hab.	19.606 R\$/hab.
Renda <i>per capita</i> (2010) - IBGE	1.422 R\$/hab.	551 R\$/hab.
Índice de Gini (2010) - IBGE	0,62	0,56
Gestão municipal: Autonomia (2017) - FIRJAN	1,0000	0,3638
Gestão municipal: Investimentos (2017) – FIRJAN	0,2881	0,0329
Gestão municipal: Gasto com pessoal (2017) - FIRJAN	0,2475	0,6324
Taxa de homicídios por 100mil hab. (2016) – IPEA	25,82	33,41

Fonte: elaborada pelo autor a partir de dados de IBGE-Cidades@ e FIRJAN (2018).

3.1.2 Entrevistas em profundidade⁷⁰

Para o eixo 2 (*mundo percebido*) e o eixo 3 (*reputação requerida*), o conteúdo que será utilizado para nosso exame é formado por fragmentos das pesquisas qualitativas (entrevistas em profundidade). Os fragmentos referem-se à aplicação das questões padronizadas nos dois municípios selecionados. Essas questões foram organizadas em capítulos associados a cada eixo de investigação. Para o eixo 2 – mundo percebido –, dois capítulos: a) relação com o município; e b) avaliação do governo municipal. E, para o eixo 3 – reputação –, um capítulo: atributos e padrões de candidatura a prefeito idealizada.

O método qualitativo, na modalidade entrevistas em profundidade, foi aplicado nos dois municípios. No ambiente pandêmico, reuniões não eram permitidas pelas políticas governamentais de confinamento. Nesse cenário, o método das entrevistas em profundidade realizadas por ferramentas de reuniões virtuais – popularizadas pela cultura do *home office* –

⁶⁹ Os indicadores da FIRJAN (Federação das Indústrias do Rio de Janeiro), com variação entre zero e um, são categorizados, e denominados, por faixas de valores da seguinte forma: valores superiores a 0,8 – “Excelência”; entre 0,6 e 0,8 – “Boa Gestão”; entre 0,4 e 0,6 – “Dificuldade”; e, inferior a 0,4 – “Crítica”.

⁷⁰ Dependentes de pesquisas cedidas, não participamos da definição dos perfis dos entrevistados e recortes metodológicos das entrevistas em profundidade aplicadas. No caso do Rio de Janeiro, a relação contratante-contratada (empresa cedente) definiu a avaliação do governo Bolsonaro como variável de controle (foram entrevistados eleitores que aprovavam e que reprovavam o governo. Para o de Paty do Alferes, essa variável não fora controlada no recrutamento, no entanto uma questão de avaliação do governo Bolsonaro evidenciou equilíbrio entre os que aprovavam e os que reprovavam. Nas duas pesquisas, as entrevistas foram aplicadas por entrevistadoras da empresa que cedeu os resultados, que autorizou, bem como contratantes (no caso do Rio de Janeiro – já a pesquisa de Paty do Alferes a empresa desenvolveu com os próprios recursos) o uso dos resultados pela presente tese.

foi o mais indicado para as campanhas eleitorais (embora transgressões dessas prevenções possam ter sido cometidas por algumas campanhas).

Baker (2005) descreve o método de pesquisa qualitativa no seguinte fragmento:

Discussões em grupo e entrevistas em profundidade são técnicas cuja finalidade principal é extrair, sondar, tentar entender e explorar; portanto, a flexibilidade na abordagem é essencial – um entrevistador deve ser capaz de mudar e se adaptar às mudanças de situações que podem surgir durante a entrevista (BAKER, 2005, p.130).

Para atender os parâmetros técnicos de entrevistas em profundidade, sobretudo no que se refere à “flexibilidade na abordagem”, o roteiro foi elaborado de forma que os entrevistados pudessem expressar de forma livre as ideias sobre os temas propostos. O bloco de questões propostas, que foi acrescentado no início dos roteiros aplicados⁷¹ em cada município, foi estruturado nos seguintes temas de aplicação: a) sobre o *mundo percebido*: como é viver no município, características, vantagens, desvantagens, demandas; e características e avaliações da gestão pública municipal; e b) sobre a *reputação requerida*: características gerais de um prefeito idealizado; características de um governante ideal que tenha competência para fazer a gestão do município; características de um governante ideal que tenha competência para lidar no meio político; características pessoais de um governante ideal; sentimentos que um governante ideal desperta nos eleitores. O conjunto das entrevistas foi transcrito, formando um material bruto volumoso com variações de formas de pensar, de se expressar, de narrar o mundo interpretado e o perfil aspirado de governante idealizado – em última instância, o quadro reputacional.

Ao todo, foram aplicadas, nos dois municípios, 48 *entrevistas em profundidade* – conforme definições comerciais de cada projeto. O perfil dos entrevistados seguiu uma distribuição das entrevistas conforme representação do eleitorado em cada município. Os quadros que seguem descrevem o perfil da seleção de entrevistados em cada um dos municípios.

⁷¹ As questões iniciais em roteiros de pesquisa qualitativa funcionam como “aquecimento” para os entrevistados voltarem a atenção para a entrevista e ficarem à vontade com o entrevistador.

Quadro 2 – Entrevistas em Profundidade: Rio de Janeiro

EP	REGIÃO	IDADE	GÊNERO	RENDA FAMILIAR	NÍVEL DE ESCOLARIDADE	RELIGIÃO	Avaliação Governo Bolsonaro
1	Zona Sul RA VI	18-25	Masculino	Mais de 20 SM	Graduando	Católica	Aprova
2	Zona Sul RA VI	18-25	Feminino	Mais de 20 SM	Graduando	Católica	Aprova
3	Zona Sul RA VI	30-45	Masculino	Mais de 20 SM	Superior	Católica	Desaprova
4	Zona Sul RA VI	30-45	Feminino	Mais de 20 SM	Superior	Católica	Aprova
5	Zona Sul RA VI	55-70	Masculino	Mais de 20 SM	Superior	Católica	Desaprova
6	Zona Sul RA VI	55-70	Feminino	Mais de 20 SM	Superior	Católica	Desaprova
7	Zona Sul RA IV	18-25	Feminino	10 a 20 SM	Graduando	Católica	Aprova
8	Tijuca	18-25	Masculino	10 a 20 SM	Graduando	Católica	Desaprova
9	Zona Sul RA IV	30-45	Feminino	10 a 20 SM	Superior	Católica	Desaprova
10	Tijuca	30-45	Masculino	10 a 20 SM	Superior	Católica	Aprova
11	Zona Sul RA IV	55-70	Feminino	10 a 20 SM	Superior	Católica	Desaprova
12	Tijuca	55-70	Masculino	10 a 20 SM	Superior	Católica	Aprova
13	Zona Norte RA XIII	18-25	Feminino	Menor que 5 SM	Médio	Evangélica	Aprova
14	Zona Oeste RA XVIII	18-25	Masculino	Menor que 5 SM	Médio	Católica	Desaprova
15	Zona Norte RA XIII	30-45	Feminino	Menor que 5 SM	Médio	Católica	Desaprova
16	Zona Oeste RA XVIII	30-45	Masculino	Menor que 5 SM	Médio	Evangélica	Aprova
17	Zona Norte RA XIII	55-70	Feminino	Menor que 5 SM	Fundamental	Evangélica	Desaprova
18	Zona Oeste RA XVIII	55-70	Masculino	Menor que 5 SM	Fundamental	Católica	Aprova
19	Zona Sul Comunidade	18-25	Feminino	Menor que 5 SM	Médio	Evangélica	Aprova
20	Zona Norte Comunidade	18-25	Masculino	Menor que 5 SM	Médio	Católica	Desaprova
21	Zona Oeste Comunidade	30-45	Feminino	Menor que 5 SM	Médio	Católica	Aprova
22	Ilha Comunidade	30-45	Masculino	Menor que 5 SM	Médio	Evangélica	Aprova
23	Centro Comunidade	55-70	Feminino	Menor que 5 SM	Fundamental	Evangélica	Desaprova
24	Leopoldina Comunidade	55-70	Masculino	Menor que 5 SM	Fundamental	Católica	Aprova

Fonte: elaborado pelo autor.

Quadro 3 – Entrevistas em Profundidade: Paty do Alferes⁷²

EP	Região	Idade	Gênero	Renda Média Familiar	Avaliação do Governo Municipal
1	2	18-25	Masculino	Mais de 10 SM	Aprova
2	2	18-25	Feminino	Mais de 10 SM	Regular
3	2	30-45	Masculino	Mais de 10 SM	Reprova
4	2	30-45	Feminino	Mais de 10 SM	Aprova
5	2	55-70	Masculino	Mais de 10 SM	Regular
6	2	55-70	Feminino	Mais de 10 SM	Reprova
7	1	18-25	Feminino	Menor que 5 SM	Aprova
8	1	18-25	Masculino	Menor que 5 SM	Regular
9	1	30-45	Feminino	Menor que 5 SM	Reprova
10	1	30-45	Masculino	Menor que 5 SM	Aprova
11	1	55-70	Feminino	Menor que 5 SM	Regular
12	3	55-70	Masculino	Menor que 5 SM	Reprova
13	4	18-25	Feminino	Menor que 5 SM	Aprova
14	4	18-25	Masculino	Menor que 5 SM	Regular
15	4	30-45	Feminino	Menor que 5 SM	Reprova
16	4	30-45	Masculino	Menor que 5 SM	Aprova
17	4	55-70	Feminino	Menor que 5 SM	Regular
18	4	55-70	Masculino	Menor que 5 SM	Reprova
19	3	18-25	Feminino	Menor que 5 SM	Aprova
20	3	18-25	Masculino	Menor que 5 SM	Reprova
21	3	30-45	Feminino	Menor que 5 SM	Regular
22	3	30-45	Masculino	Menor que 5 SM	Aprova
23	3	55-70	Feminino	Menor que 5 SM	Regular
24	3	55-70	Masculino	Menor que 5 SM	Reprova

Fonte: elaborado pelo autor.

No que se refere à análise das entrevistas em profundidade, será tratada em um item específico para cada município, como demonstraremos mais adiante.

⁷² Legenda das regiões geográficas de Paty do Alferes: **Região 1** - Pedras Ruivas, Monte Alegre; Arcozelo, Poaia, Acampamento, Paiol Velho, Bela Vista, Campo Verde, Zenobiópolis; **Região 2** - Centro, Esperança, Parque Barcelos, Goiabal, Lameirão, Mantiqueira; **Região 3** - Palmares, Chave de Ouro; Boa Vista, Maravilha; Granja Califórnia, São Joaquim, Guaribu; **Região 4** – Avelar; Fazenda das Antas, Saudades; Vista Alegre.

3.1.3 Identidades visuais

A base de conteúdo do *corpus* que atenderá o quarto eixo analítico é composta pelas identidades visuais das candidaturas que concorreram em cada município. A **Tabela 5** apresenta a descrição do número de identidade visuais em cada município, somando 33 objetos de análise.

Em um ambiente pandêmico, as campanhas virtuais ganharam ainda mais importância, em comparação com eleições em “tempos normais”. Nesse cenário, e na cadência de outras eleições, as candidaturas usaram as redes sociais para disseminar materiais de campanhas em formato digital. Nosso processo de organização dessa parte de *corpus* partiu da leitura da lista de candidatos registrados no TSE. Com posse da listagem, iniciamos a busca das redes sociais das campanhas eleitorais (edificadas por força da Lei eleitoral de forma exclusiva para a campanha – com data para início e de encerramento da disponibilidade do endereço virtual). Com as redes identificadas, salvamos as imagens de identidades visuais das candidaturas, que somaram 18⁷³ nos quatro municípios, como indica a tabela a seguir.

Tabela 5 - identidades visuais

Atributos	Rio de Janeiro	Paty do Alferes
Candidatos	13	5

Fonte: elaborado pelo autor.

Com o exposto, partimos para a análise pretendida.

3.2 Análise do *corpus*

Organizamos nossa análise de forma a dar protagonismo para a leitura dos dados de cada município. Assim, ao final, encerraremos com uma análise unificada dos quatro eixos propostos, considerando cada município. Iniciaremos nossa jornada analítica examinando os quatro eixos do município do Rio de Janeiro.

⁷³ Não localizamos a identidade visual do candidato Henrique Simonard – PCO, que obteve 0,02% dos votos para prefeito no município do Rio de Janeiro.

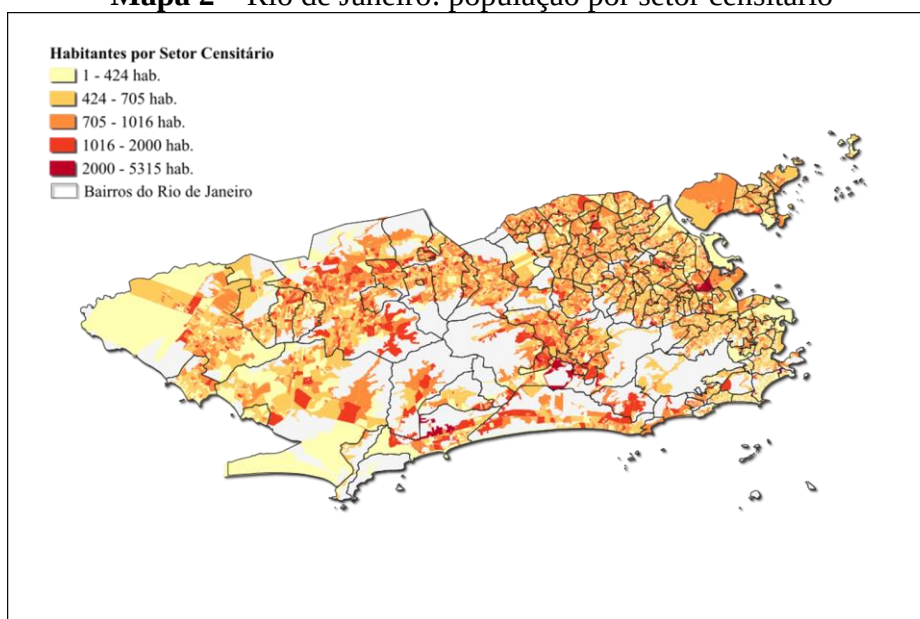
3.2.1 Rio de Janeiro

3.2.1.1 Rio de Janeiro: mundo objetivo

Não pretendemos alcançar um exame minucioso do município do Rio de Janeiro. Essa tarefa já foi realizada e está disponível em formato de publicações e artigos de estudiosos do campo da economia, sociologia, urbanismo e antropologia urbana – o que forma um farto repertório acerca das características do município. Para os propósitos da tese, optamos por um “sobrevoo” nas informações disponibilizadas por órgãos oficiais. Buscamos aqui, dessa forma, uma exposição das características e informações que, ao se apresentarem às portas das percepções dos munícipes, são potencialmente capazes de influenciar as interpretações e construções sociais da realidade.

O censo de 2010 (IBGE-Cidades@) contabilizou população de 6,3 milhões de habitantes e densidade demográfica de 5.265,82 habitantes por quilômetro quadrado para a capital fluminense. Nesses mesmos dados, em comparação com as demais capitais brasileiras, o Rio de Janeiro ocupa a quinta posição entre as mais adensadas⁷⁴. O **Mapa 2** ilustra a distribuição de habitantes por setor censitário (unidade geográfica do censo) no território do município.

Mapa 2 – Rio de Janeiro: população por setor censitário



Fonte: elaborado pelo autor a partir de microdados do IBGE, Censo 2010.

⁷⁴ Segundo os dados do IBGE (2010), as cinco primeiras capitais com maior adensamento (habitantes por quilometro quadrado) são: Fortaleza-CE (7,8 mil); São Paulo-SP (7,4 mil); Belo Horizonte-MG (7,2 mil); Recife-PE (7,0 mil); e Rio de Janeiro-RJ (5,3 mil).

Para introduzir as leituras sobre o município, propomos uma alegoria. Comparemos o mapa do Rio de Janeiro com um retângulo. Imaginando sua divisão em quatro partes com áreas desproporcionais, teríamos a maior concentração populacional no quadrante superior esquerdo (Zona Oeste), seguido do quadrante superior direito (Zona Norte e Leopoldina). O quadrante inferior direito, além da área central majoritariamente comercial, concentra os domicílios com maior renda familiar (Zona Sul), como menor população e mais vertical (domicílios em prédios). No quadrante inferior esquerdo, está localizada a região mais recente da história do município – Barra da Tijuca (bairro de classe média). Os quadrantes inferiores do retângulo são limítrofes do Oceano Atlântico. A linha imaginária que separa os quadrantes inferiores dos superiores coincide com as áreas em cor branca do **Mapa 2** – representação de regiões não habitáveis, formações geológicas montanhosas com áreas florestais de preservação ambiental, com fauna e flora características da Mata Atlântica. As formações rochosas (que separam também os quadrantes inferiores entre si) representam cisões demográficas do município entre os quadrantes superiores e inferiores: a separação entre periferia e as áreas nobres do município. De um lado das montanhas, domicílios com renda familiar alta, próximos do mar e avizinados por algumas favelas. Do outro lado, os bairros mais periféricos, com maior concentração de famílias, com renda média familiar baixa e com muitas favelas. A separação entre os quadrantes inferiores e superiores é imponente e, dentre as grandes formações rochosas, o Pico da Tijuca é o mais alto - atinge mais de um milheiro de metros acima do mar. Os dois lados do município (quadrantes superiores e inferiores), representados pelo retângulo imaginário que propomos, separados pelas formações geológicas, são unidos por trilhos subterrâneos (metrô), túneis, vias que escalam as montanhas, vias que contornam os montes. Como veremos, modais de transporte unem as partes do município em um movimento pendular promovido pela concentração de vagas de emprego nos quadrantes inferiores imaginários. O contraste socioeconômico entre os quadrantes superiores e inferiores, revelados por estatísticas oficiais que retrataremos a seguir, são índices de diferenças nas relações dos sujeitos com o município.

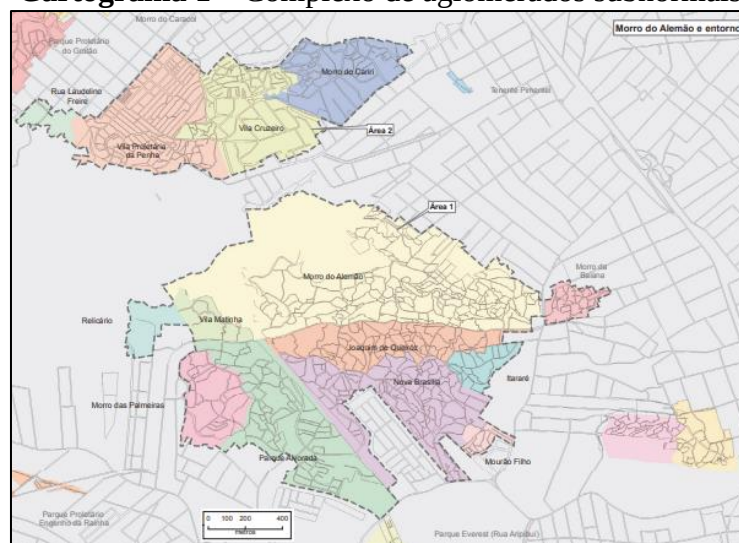
Não é somente a cisão geológica que separa e distingue as condições de vida dos moradores. As condições das habitações também são marco importante para o nosso exame. O Rio de Janeiro se destaca nacionalmente pelo número de favelas, aglomerados subnormais, nos termos do IBGE. Não obstante os aspectos culturais que regem a formação cidadã nas favelas, as condições de vida expressas nos indicadores oficiais remontam à realidade que se apresenta como insumo para as construções e apreensões pelos sujeitos (moradores do asfalto ou das favelas). O relatório “Censo Demográfico 2010. Aglomerados subnormais - Primeiros

resultados” (IBGE, 2010a) dimensiona a população das favelas cariocas. O fragmento a seguir descreve o conceito de aglomerado subnormal definido pelo IBGE.

É um conjunto constituído de, no mínimo, 51 unidades habitacionais (barracos, casas etc.) carentes, em sua maioria de serviços públicos essenciais, ocupando ou tendo ocupado, até período recente, terreno de propriedade alheia (pública ou particular) e estando dispostas, em geral, de forma desordenada e densa. A identificação dos aglomerados subnormais deve ser feita com base nos seguintes critérios: a) Ocupação ilegal da terra, ou seja, construção em terrenos de propriedade alheia (pública ou particular) no momento atual ou em período recente (obtenção do título de propriedade do terreno há 10 anos ou menos); e b) Possuírem pelo menos uma das seguintes características: urbanização fora dos padrões vigentes - refletido por vias de circulação estreitas e de alinhamento irregular, lotes de tamanhos e formas desiguais e construções não regularizadas por órgãos públicos; ou precariedade de serviços públicos essenciais. Os aglomerados subnormais podem se enquadrar, observados os critérios de padrões de urbanização e/ou de precariedade de serviços públicos essenciais, nas seguintes categorias: invasão, loteamento irregular ou clandestino, e áreas invadidas e loteamentos irregulares e clandestinos regularizados em período recente (IBGE, 2010a, p. 19).

O IBGE destaca, pelo menos, duas características de “aglomerados subnormais” (termo técnico do IBGE), conforme a localização e contiguidade com outros aglomerados ou bairros. No Rio de Janeiro, são destacados pelo Instituto exemplos dessas duas categorias. O **Cartograma 1** exibe aglomerados subnormais contíguos, formando um conjunto de favelas limítrofes.

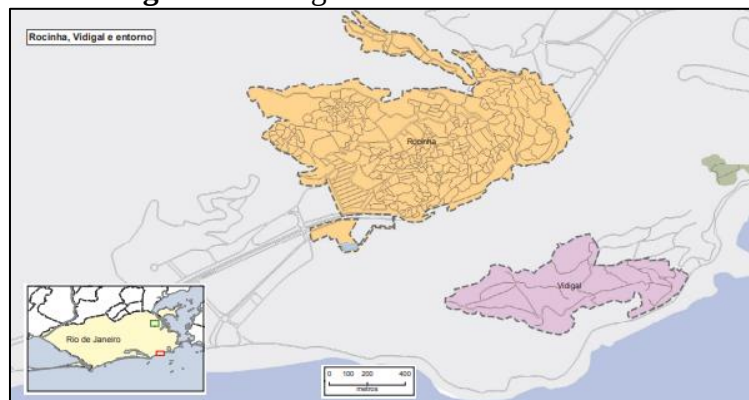
Cartograma 1 – Complexo de aglomerados subnormais



Fonte: Reproduzido de IBGE (2010a, p. 31).

O exemplo da outra categoria de aglomerados subnormais é sobre os que não são limítrofes com outras favelas. O **Cartograma 2** expõe os exemplos de favelas na Zona Sul: Rocinha e do Vidigal (próximas, mas não limítrofes), aglomerados subnormais únicos, contíguos a bairros de classe média e de áreas verdes preservadas.

Cartograma 2 – Aglomerados subnormais únicos



Fonte: Reproduzido de IBGE (2010a, p. 31).

Ainda sobre os detalhamentos das informações do IBGE (2010a), o Rio de Janeiro, depois de São Paulo, é o segundo município com maior concentração de aglomerados subnormais. A diferença entre as duas capitais é que o Rio de Janeiro tem a maior concentração de aglomerados com mais de mil domicílios – 57,8% contra 30,5% de São Paulo. Em número de favelas mais populosas, o Rio de Janeiro está acima de São Paulo. A média de moradores por domicílio em áreas urbanas do Rio de Janeiro é de 3,0 habitantes/domicílio, enquanto nos aglomerados subnormais é de 3,3. Densas e populosas, as favelas estão espalhadas pelo território do Rio de Janeiro, formando a paisagem e contribuindo para a dinâmica cotidiana de todo o município.

Diversos fatores são destacados na comparação entre domicílios em áreas urbanizadas e nos aglomerados subnormais, como, por exemplo, a forma de abastecimento de água, esgoto sanitário, destinação do lixo, energia elétrica – o que, de alguma forma, condiciona o cotidiano dos moradores nessas duas categorias de situação de moradia. Inevitavelmente, tais condições podem contribuir para as interpretações que os moradores de cada localidade e tipo de habitação fazem do mundo que se apresenta aos seus sentidos. O Rio de Janeiro, nos registros do Censo (IBGE, 2010a), possui 763 aglomerados subnormais. Do total de mais de dois milhões de domicílios do município, 19,9% são em favelas. De uma população de 6,3 milhões de habitantes, 22,2% residem em aglomerados subnormais. A tabela a seguir retrata esses números de forma precisa:

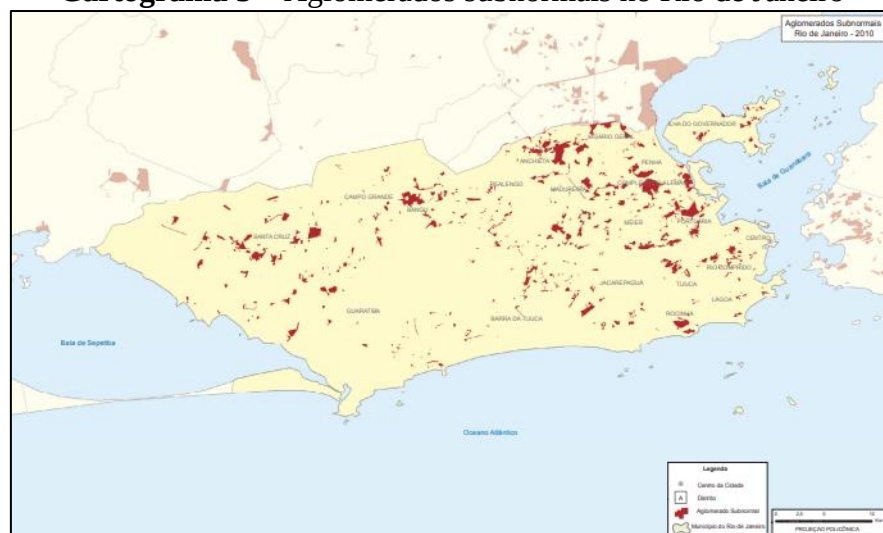
Tabela 6 – População geral e de aglomerados subnormais

	Total do Município	Em aglomerados subnormais	% em aglomerados subnormais
Domicílios	2.146.322	426.965	19,9
População	6.288.588	1.393.314	22,2

Fonte: Adaptada de IBGE (2010a, p. 31).

O **Cartograma 3** expõe a posição das favelas no território do município do Rio de Janeiro. Como pode ser observado, elas estão presentes nos quatro quadrantes de nosso retângulo imaginário – em concentração mais intensa nos quadrantes superiores: zonas Norte, Oeste e Leopoldina.

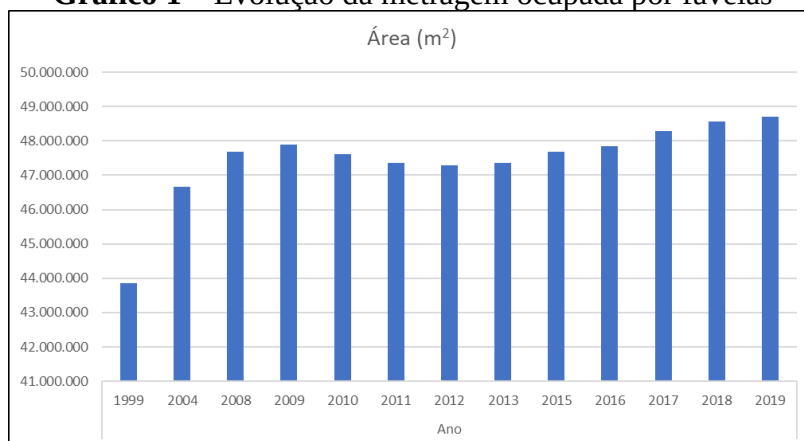
Cartograma 3 – Aglomerados subnormais no Rio de Janeiro



Fonte: Reproduzido de IBGE (2010a, p. 35).

Um dos aspectos mais importantes para as leituras e análises de indicadores sobre os municípios é a evolução histórica. O gráfico a seguir expõe o crescimento das ocupações em metros quadrados dos aglomerados subnormais nos últimos 29 anos.

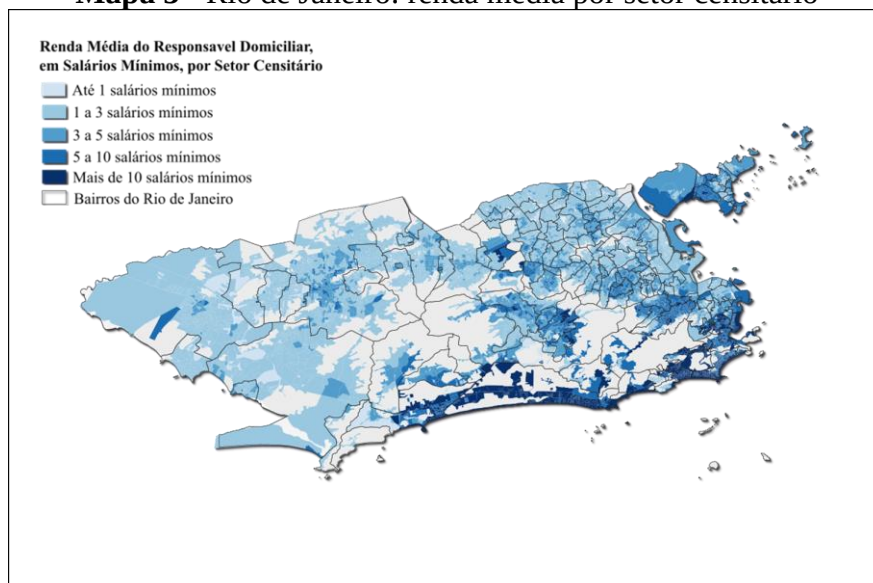
Gráfico 1 – Evolução da metragem ocupada por favelas



Fonte: Adaptado de IPP (2019a).

Outro fator que distingue os moradores de qualquer município é a diferença de rendimentos das famílias. O município do Rio de Janeiro apresenta concentração de renda do chefe de domicílio alta (acima de dez salários-mínimos) nos bairros banhados pelo oceano Atlântico (bairros da Zona Sul e Barra da Tijuca). Observa-se também alguns grupos de setores censitários no meio do mapa com renda alta – concentrações de classe média nos bairros da Zona Norte e Jacarepaguá. A região mais densa (Zona Oeste) não apresenta redutos expressivos de renda alta. Segundo o site do IBGE (IBGE-Cidades@), o salário médio formal do carioca é de 4,2 salários-mínimos, com 2,5 milhões de pessoas ocupadas em 2018 (37,7%) – o que faz o Rio de Janeiro ocupar a segunda posição no estado e a vigésima quarta no Brasil em renda média da população ocupada. O mapa a seguir mostra a distribuição de renda por setores censitários.

Mapa 3 - Rio de Janeiro: renda média por setor censitário



Fonte: elaborado pelo autor a partir de microdados do IBGE, Censo 2010.

Conforme dados do IBGE (IBGE-Cidades@), o PIB *per capita* do município em 2018 era de R\$ 54.426,09 – o Rio de Janeiro ocupava a 16ª posição no estado e a 327ª no Brasil. No que se refere a receitas realizadas pela prefeitura, o montante chegou, naquele ano, a vinte e seis bilhões de reais, o segundo município no *ranking* nacional e o primeiro no estado. O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) no Censo de 2010 foi de 0,799, considerado moderado – medido em uma escala entre zero e um. Os grandes números econômicos fazem do Rio de Janeiro um destaque no estado e no Brasil.

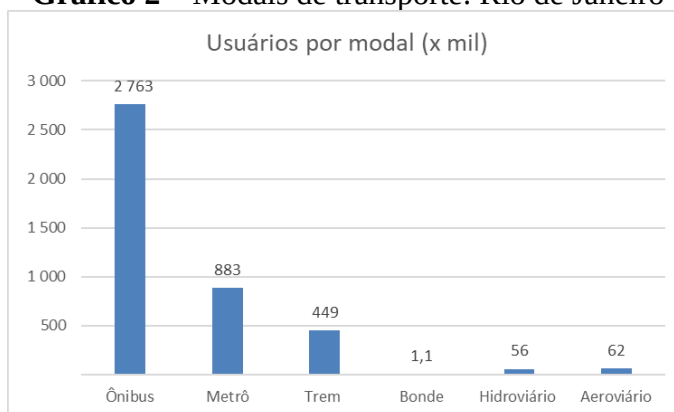
Dados organizados pelo Instituto Pereira Passos⁷⁵ (IPP, 2019b), com base nas informações do Ministério do Trabalho e Emprego – MTE e na Relação Anual de Informações Sociais – RAIS, apontam para o contingente da população ocupada em 2019 em 2.248.112 habitantes. Dentre o pessoal ocupado, 22% têm escolaridade até o ensino médio incompleto. Os que possuem ensino médio completo ou Superior incompleto somam 50,1%, enquanto os graduados somados aos que possuem título de mestre ou doutores ocupam 27,9% das vagas. Indicativos que a formação universitária não implica, necessariamente, nos maiores ganhos para os trabalhadores.

Os dados sobre estabelecimentos econômicos (IPP, 2019c) contabilizam 127.411 empresas no Rio de Janeiro. Do total de empresas, o segmento de comércio varejista é o que concentra o maior número de unidades: 36.278 (28,5%). Serviços de hospedagem e alimentação somam 16% das empresas; saúde, serviços médicos e veterinários, 8%. As empresas dos segmentos industrial e da construção social somam também 8%. A localização geográfica das empresas se relaciona também com a cisão demográfica que comentamos anteriormente: a Zona Sul, Região Central e Grande Tijuca somam cerca de um décimo da população, mas respondem pelo endereço de 42,5% das empresas (54.145). Essa característica tem implicações na dinâmica de mobilidade do município.

Relatório do IPP (IPP, 2020a) com base nas estatísticas de passageiros transportados por modal (ônibus, metrô, trem, barcas) indica a predominância dos ônibus urbanos em 2019:

⁷⁵ Departamento dedicado a estatísticas da Prefeitura do Rio de Janeiro.

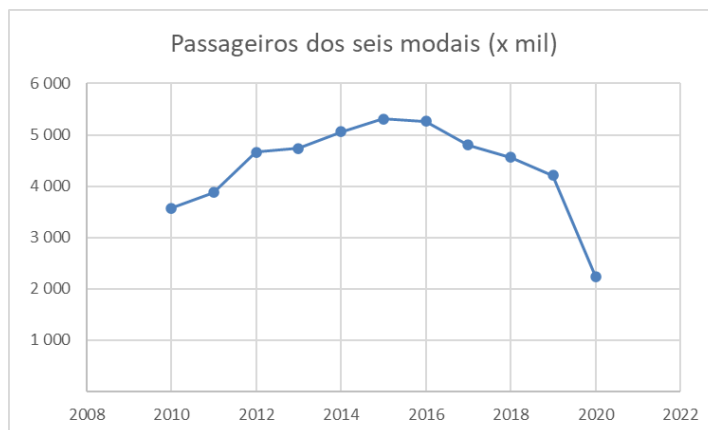
Gráfico 2 – Modais de transporte: Rio de Janeiro



Fonte: elaborado pelo autor a partir dos dados de IPP (2020a).

Embora o processo eleitoral, no qual as entrevistas em profundidade foram aplicadas, tenha ocorrido em 2020, optamos pelo destaque de estatísticas de 2019 em face do impacto nos serviços públicos causado pela quarentena imposta pelos poderes públicos com o advento da Covid-19. A título de exemplo, sobre a importância de usar a referência de 2019 tanto para as estatísticas de transporte quanto para outras áreas, o gráfico a seguir esboça a quantidade de passageiros, considerando os seis modais, nos últimos dez anos.

Gráfico 3 – Passageiros por ano: Rio de Janeiro



Fonte: elaborado pelo autor a partir dos dados de IPP (2020a).

O gráfico mostra também que, a partir de 2016, o número de passageiros apresentou queda em todos os anos (índice de impactos políticos⁷⁶, econômicos e sociais no período). Mas a inclinação negativa imposta pelo ambiente pandêmico foi a mais forte. Esse indicador de

⁷⁶ Em 2016, a Operação Lava Jato prendeu muitos políticos e agentes governamentais no Rio de Janeiro. A crise política foi impactante para o estado e a capital.

queda no ano eleitoral merece uma reflexão adicional. Com boa parte das pessoas em reclusão domiciliar, é possível afirmar que a dinâmica do município e o cotidiano dos sujeitos foi alterado, o que possivelmente pode ter influenciado as interpretações sobre o mundo objetivo. No entanto, ainda que com menor utilização, tanto o sistema de transporte quanto outras áreas governamentais do município foram argumentados com relevo pelos entrevistados, como veremos no próximo item (*mundo percebido*).

Estatísticas detalhadas do sistema de ônibus (IPP, 2020b) apontam para o transporte de um bilhão de passageiros em 2019 (com redução de 55% em 2020). Em termos de indicadores de qualidade dos serviços de transporte de ônibus, dois dados chamam atenção: o crescimento do número de linhas até 2010 e, a partir desse ano, a queda desse fator, como demonstra o **Gráfico 4**.

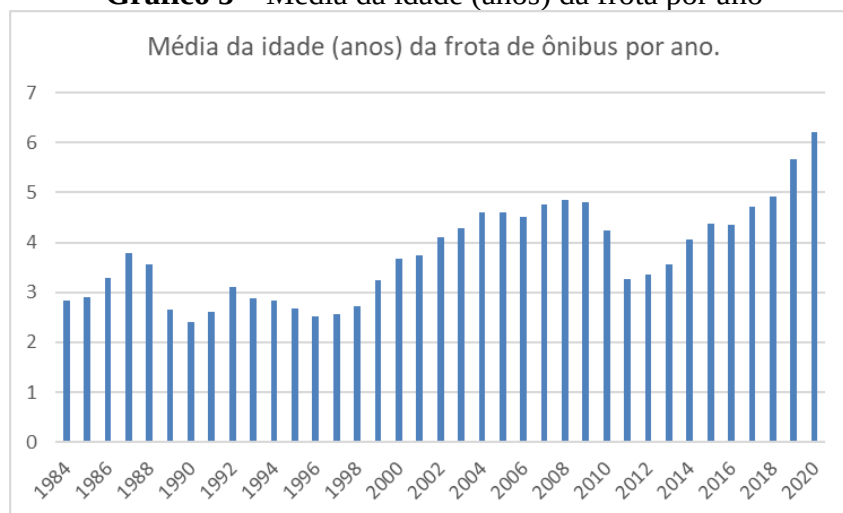
Outro fator é a média de idade da frota de ônibus no município – o que impacta também na qualidade dos serviços, desde os elementos mais tangíveis relacionados ao conforto (estofados, refrigeração) até os que se referem à segurança das viagens. O ano de 2020, ano de eleição para prefeito, é marcado pela frota de ônibus mais antiga da história recente do Rio de Janeiro. O **Gráfico 5** expõe como se comportou essa estatística no tempo.

Gráfico 4 – Número de linhas de ônibus



Fonte: elaborado pelo autor a partir dos dados de IPP (2020a).

Gráfico 5 – Média da idade (anos) da frota por ano



Fonte: elaborado pelo autor a partir dos dados de IPP (2020a).

Outro tema importante, tratado com ênfase nas entrevistas em profundidade, é o da *segurança pública*. Embora não seja uma atribuição do governo municipal, as questões referentes à segurança pública são relevantes no contexto do município, devido ao impacto e dramaticidade de seus efeitos no cotidiano municipal. Retratar dados sobre segurança pública no Rio de Janeiro é uma atividade desafiadora e imprecisa, conforme relato do Atlas da Violência (IPEA, 2021).

Ressalta-se que não é um problema generalizado no país, mas afeta sobremaneira a qualidade dos dados em alguns estados, principalmente no Rio de Janeiro, em São Paulo, no Ceará e na Bahia. Apenas para exemplificar, é possível citar a situação dramática do Rio de Janeiro, em que a taxa de homicídios diminui 45,3% em 2019, ao passo que a taxa de MVCI aumentou 237% no mesmo ano. No Rio de Janeiro, em 2019, 34,2% do total de mortes violentas foram classificadas como MVCI⁷⁷. (IPEA, 2021, p. 20)

Com 3,3% da população brasileira, o município do Rio de Janeiro, com base nos registros anuais disponibilizados pelo Atlas da Violência (IPEA, 2021), no ano de 2007, detinha 4,4% dos homicídios brasileiros – valor maior do que a representação populacional do município em relação à população brasileira. Já no ano de 2019, a participação do Rio de Janeiro nos registros nacionais de homicídio caiu para 1,6% – queda que coincidiu, conforme salientado na citação acima, com o aumento das mortes por causa indeterminadas no mesmo período. A tabela a seguir expõe os indicadores entre 2007 e 2019.

⁷⁷ Mortes Violentas por Causa Indeterminada (MVCI) do Ministério da Saúde.

Tabela 7 – Homicídios no Rio de Janeiro

Ano	Homicídios registrados no Rio de Janeiro.	Homicídios registrados no Brasil	% da participação do município do Rio de Janeiro no cenário nacional.
2007	2.116	48.219	4,4
2008	1.829	50.659	3,6
2009	1.929	52.043	3,7
2010	1.867	53.016	3,5
2011	1.488	52.807	2,8
2012	1.339	57.045	2,3
2013	1.311	57.396	2,3
2014	1.419	60.474	2,3
2015	1.444	59.080	2,4
2016	1.678	62.517	2,7
2017	1.845	65.602	2,8
2018	1.865	57.956	3,2
2019	746	45.503	1,6

Fonte: Adaptado pelo autor a partir dos dados de IPEA (2021).

Apesar das imprecisões dos dados oficiais, exemplificado pelos índices de homicídios, não obstante outros indicadores possíveis, a questão da violência é um fator dramático para o município do Rio de Janeiro. Dados de departamentos governamentais de segurança organizados pelo IPP (2021) mostram que, em 2019, o número de homicídios dolosos no município foi de 1.134 (taxa de 16,8 por mil habitantes); roubo a transeuntes contabilizaram 40.456 (taxa de 599,4 por mil habitantes); roubo de veículos, 18.466 (taxa de 273,6); furto de veículos, 6.862 (101,7). Os números apresentados, sobretudo as taxas, indicam uma expressão vívida e concreta que se apresenta para as portas das percepções dos sujeitos. O convívio do carioca com a violência é evidente: a chance de uma pessoa ter sido vítima ou conhecer alguma vítima é altíssima. Esse fator impõe acentuada dramaticidade na relação dos sujeitos com o município, como veremos nas entrevistas em profundidade.

A gestão da *saúde pública* da Prefeitura do Rio de Janeiro também merece nosso exame para os propósitos da tese. No relatório da Secretaria de Saúde da Prefeitura do Rio de Janeiro (RAG, 2020), o quantitativo de equipamentos de saúde no município (postos, clínicas, hospitais), considerando entidades públicas, privadas e sem fins lucrativos, somam 623 – dessas unidades, 374 são órgãos públicos do poder Executivo municipal, 47 são da iniciativa privada, 18 de entidades sem fins lucrativos, 130 do Governo Estadual e 24 do Governo Federal. Com média nos últimos cinco anos de 217 mil internações, a proporção das causas diagnosticadas segue uma ordem de frequência que se mantém nas últimas décadas: com maior número de incidência para as doenças do aparelho circulatório, neoplasias; seguidas de doenças do aparelho respiratório; e causas externas (acidentes e violências) – doenças infecciosas e parasitárias dobraram a frequência histórica observada em 2019, alcançando, em 2020, a casa das vinte mil internações. A produção ambulatorial do município chegou em 2019 a 60 milhões

de casos (59% nas unidades do governo municipal). Em 2020, com a pandemia, o número de procedimentos ambulatoriais foi de 29,3 milhões (62% nas unidades municipais). Os dados da RAG (2019), sem os efeitos da pandemia, indicaram, em demonstrativo contábil, uma despesa total de aproximadamente cinco bilhões de reais (considerados os dados do Censo de 2010, o montante representa uma despesa de R\$746/habitante). A assistência hospitalar ambulatorial consumiu 66% da dotação orçamentária e a atenção básica à saúde, 26%.

Os números e indicadores impressionam pela grandeza e abundância de recursos, ao retratar o segundo maior município do Brasil – mas a questão é: as ações atendem à demanda dos munícipes? Esse gigantismo de execuções e de recursos aplicados não revelam necessariamente os indícios performáticos em face da demanda populacional, o que poderia traduzir informações sobre possíveis impactos na interpretação que os sujeitos fazem dos serviços de saúde no município – o que, de fato, interessa ao presente exame. O relatório de gestão da Secretaria de Saúde do município em 2019 (RAG, 2019) comparou resultados de diversos indicadores elaborados por diretrizes, objetivos e metas da Programação Anual de Saúde (PAS)⁷⁸ com o que foi executado. Em faixas percentuais de alcance de metas, o diagnóstico indicou que 38% das metas foram cumpridas plenamente, 33% ficaram entre 50% e 99,9% do objetivo e 29% ficaram abaixo da metade da meta objetivada. Uma vez que as metas são elaboradas em face de demandas históricas, as que não foram alcançadas, de alguma forma, possivelmente impactam negativamente nas experiências cotidianas. A Tabela 7, gerada a partir dos dados da RAG (2019), com indicadores que selecionamos de uma volumosa lista disponibilizada, compara metas pactuadas pelo PAS com o percentual de alcance no que se refere ao atendimento à população.

Tabela 8 - Indicadores de serviços do PAS selecionados

Indicador para acompanhamento e monitoramento da meta	Meta Pactuada 2019	% Meta Alcançada 2019
Nº de testes para HIV, Sífilis, Hepatite B e Hepatite C realizados	589.057	172,0
Nº de atendimentos realizados nas Coordenações de Emergência Regionais (CER)	551.234	150,9
Nº de usuários acompanhados pelos CAPS (Centro de Atenção Psicossocial) com cadastro ativo	14.606	113,1
Nº total de doses de vacinas aplicadas anualmente, incluindo campanhas	45.000	107,0
Nº de usuários com transtorno por uso de crack, álcool e outras drogas acompanhados	5.108	96,3

⁷⁸ Programação Anual de Saúde (PAS) é desenvolvida pelo Conselho Municipal de Saúde sob orientação do Conselho Nacional de Saúde. As diretrizes que compõem a PAS buscam apontar os investimentos necessários para a área de saúde com o objetivo de atender as demandas do município.

Nº de procedimentos odontológicos ambulatoriais realizados na Atenção Primária	1.196.109	91,1
Nº de gestantes atendidas no Programa Cegonha Carioca	30.522	89,0
Unidade farmacêutica distribuída à população	1.200.000.000	83,1
Nº de testes rápidos moleculares realizados para diagnóstico de tuberculose pulmonar	25.000	82,0
Nº de exames laboratoriais realizados nas Unidades Ambulatoriais	9.530.598	77,0
Nº de atendimentos realizados nas Unidades de Pronto Atendimento Fixo (UPA)	1.913.707	67,9
Nº de procedimentos realizados em atenção domiciliar segundo tabela SUS	738.200	18,2
Unidade de medicamento fitoterápico distribuído à população	26.460	2,3

Fonte: adaptados pelo autor a partir dos dados de RAG (2019).

Como pode ser observado, alguns indicadores selecionados para a presente exposição ultrapassam a meta estabelecida pelo PAS, o que indica um aumento surpreendente da demanda e do atendimento a esses serviços. Os menores índices do alcance de metas do PAS foram observados para atendimentos domiciliares e distribuição de medicamento fitoterápico.

Os indicadores sobre questões estruturais (aquisições e manutenções) selecionados são observados na **Tabela 9**. O menor índice performático observado foi o de compra de equipamentos para unidades de saúde, representando as menores metas alcançadas.

Tabela 9 - Indicadores estruturais do PAS selecionados

Indicador para acompanhamento e monitoramento da meta	Meta Pactuada 2019	% Meta Alcançada 2019
Nº de Leitos de Terapia Intensiva e/ou de enfermagem clínica de retaguarda para a RAU (Rede de Atenção à Urgência) qualificado/mantido	216	100
Nº de mobiliários adquiridos para Unidades Atenção Primária à Saúde	235	88,5
Nº de leitos qualificados de cuidado à gestante e ao bebê	388	88,4
Nº de equipamentos adquiridos para unidades hospitalares	470	24,5
Nº de equipamentos adquiridos para Unidades Atenção Primária à Saúde	1724	13,8
Nº de mobiliários adquiridos para unidades hospitalares	3.611	2,7

Fonte: adaptados pelo autor a partir dos dados de RAG (2019).

Os dados sobre *educação*, sobretudo os referentes à educação voltada ao ensino fundamental, pré-escola e creches, referem-se a um expressivo contingente de quase um décimo da população total do município. Quanto à estrutura, os dados da Secretaria Municipal de Educação da Prefeitura do Rio de Janeiro (SME, 2021) indicam o total de 1.543 unidades escolares em funcionamento com 641.305 alunos. Desse montante, 23% são alunos de creche e pré-escola e 71% de alunos do ensino fundamental, entre outros segmentos. O total de alunos em tempo integral soma 64,8% da rede municipal. A rede conta com 38.318 professores e 13.339 funcionários.

Já sobre a performance, segundo dados do IBGE (IBGE-Cidades@) sobre educação, a taxa de escolarização da população com idade entre seis e quatorze anos em 2010 era de 96,6%. No *ranking* estadual desse indicador, considerando os noventa e dois municípios, o Rio de Janeiro ocupa a 68ª posição. O resultado do IDEB (anos iniciais) em 2019 foi 5,8, alocando o município na 23ª posição do *ranking* estadual. Já no IDEB (anos finais), o resultado foi 4,9, garantindo a 17ª posição no *ranking* do estado. As posições do município no *ranking* estadual são índice de desvantagem em relação a muitos municípios do estado. Internamente, não são observadas grandes variações nos dados por região administrativa do município (IPP, 2000), seja nos resultados do IDEB, na média da Prova Brasil ou nos percentuais de aprovação. No entanto, para algumas favelas, ou as performances são menores ou os registros estão ausentes nas informações disponibilizadas. Comparando com escolas de outras instituições, no que se refere à distorção idade-série (IPP, 2020c), observa-se o valor de 17,8% para as municipais (prefeitura), enquanto nas escolas federais o valor é de 15,3%, nas estaduais: 23,6% e, nas particulares, 7,2%. Quanto a esse quesito, a gestão da prefeitura se destaca de outras esferas de poder e fica mais próxima das estruturas de iniciativas privadas.

O *turismo* é uma vocação alardeada do Rio de Janeiro. Em 2019, o número de turistas que visitam o Rio de Janeiro (IPP, 2019d) foi de 1,25 milhão – vindo de diversos países do mundo. Desse montante, 96% chegaram ao município por via aérea e o restante em via marítima. Essas estatísticas expressam a potência do Rio de Janeiro enquanto destino turístico. Desde 2011, o número de turistas foi acima de um milhão, com renda média gerada por turista na casa de 700 dólares (IPP, 2007) – o que impacta na dinâmica do município, no faturamento de empresas de serviços e, em consequência, nas oportunidades econômicas para os moradores.

Os diversos indicadores apresentados no presente item expressam características do *mundo objetivo* do Rio de Janeiro. Embora possam não ser de conhecimento técnico da população, podem ser vivenciados. As características descritas podem impor ao cotidiano dos moradores formas de vida, com facilidades e privações – elas se apresentam às portas das percepções dos sujeitos e podem ser apreendidas e interpretadas.

O Rio de Janeiro apresenta cisões sociais entre regiões nobres e periféricas, separadas geograficamente por paredes geológicas que chegam a mil metros de altura. A distinção não é apenas geográfica, mas também de renda média familiar, do endereço de unidades empresariais e empregadoras, dos pontos turísticos – referências de oportunidades econômicas e lazer para as famílias. As condições do transporte público apresentam precariedade na idade da frota de ônibus, que concentram a demanda dos munícipes e a dependência em muitas áreas não

atendidas por outras opções de modais. O endereço das empresas, majoritariamente localizadas na região central e Zona Sul, impõem um movimento pendular do transporte – em que as precariedades dos índices são experimentadas diariamente. Os indicadores de violência impactam o cotidiano, são fartos os demonstrativos que estão presentes no dia a dia. O turismo é uma potência econômica e de oportunidade para o município. A educação não é destaque na cena estadual, mas não apresenta resultados extremamente negativos – além de não expressar distinções internas no município.

Com tudo isso, os eleitores percebem no cotidiano o que as estatísticas insistem em apresentar? A resposta a essa questão é o objetivo do próximo item. A partir das informações expostas e argumentadas, avaliaremos o quanto as características do Rio de Janeiro são apreendidas pelos sujeitos na interpretação que fazem acerca do cotidiano. Em outros termos, o quanto o *mundo objetivo* subsidia a construção do *mundo percebido*.

3.2.1.2 Rio de Janeiro: mundo percebido

Diante de um mundo objetivo, concreto, que se apresenta para as portas dos sentidos, os sujeitos interpretam a vida cotidiana e, em processos de interação (com outros sujeitos) e de circulação (acesso a informações de variadas fontes), constroem socialmente o *mundo percebido*. Não é seguro afirmar que o sujeito apreenda os inúmeros detalhes que compõem a realidade concreta. Nem tampouco que conheça as estatísticas e as informações técnicas do *mundo objetivo*. No entanto, no que tange à experiência com o cotidiano, muitas das características do *mundo objetivo*, da realidade concreta, apresentam-se de forma a impactar os sentidos dos sujeitos. Por exemplo, o contingente de turistas que visitam o município anualmente, a qualidade do transporte público, o tempo de espera para um atendimento médico, a qualidade da merenda escolar, a sensação de segurança (em face das experiências e notícias sobre violência) são fatores muito próximos do cotidiano dos sujeitos. Ainda que os eleitores não a conheçam detalhadamente, a realidade que se apresenta aos sentidos é insumo para a construção social da realidade interpretada, a edificação do *mundo percebido*. Para facilitar nossa exposição, subdividimos esse tópico em duas partes principais: 1) características percebidas – características gerais que descrevem a forma com que o Rio de Janeiro é percebido pelos munícipes; e 2) performance percebida do governo municipal – importante vetor para decisões eleitorais, que descreve a percepção dos munícipes acerca de como o município é cuidado pela prefeitura.

3.2.1.2.1 Características percebidas

Na avaliação dos eleitores, viver no Rio de Janeiro tem benefícios e desafios. O mais marcante dos benefícios indicados pelas entrevistas em profundidade é o da natureza exuberante, que oferece tanto o lazer para o morador quanto o turismo para os visitantes. Se, por um lado, o eleitor enaltece a dádiva da natureza, por outro, indica muitos desafios que nascem de fragilidades sociais e de gestões públicas malsucedidas – desde os serviços de mobilidade, saúde e educação (com responsabilidades das três esferas de poder) até a questão da segurança pública, com relatos tanto de vítimas de criminalidades quanto de quem apresenta sensações de insegurança. Assim, os relatos dos eleitores descrevem um *mundo percebido* (a interpretação do *mundo objetivo*) com potências e fragilidades – ambas avaliadas com grande importância., conforme análise abaixo:

A) Qualidades percebidas e vivenciadas

O fator positivo mais citado, a natureza, é apresentado em três dimensões de benefícios: contemplativo/funcional; o do orgulho que desperta; e da potência econômica do campo turístico. No *primeiro aspecto (contemplativo/funcional)*, os eleitores apresentam satisfação em poder contemplar e desfrutar dessa qualidade ofertada gratuitamente. Praias e parques são apresentados como grande diferencial do Rio de Janeiro na comparação com outros municípios brasileiros. E essa qualidade é percebida independentemente do gênero, idade, renda familiar ou local de moradia dos entrevistados. A natureza exuberante é um aspecto que une os cariocas – não há, aqui, uma força que dissipa as opiniões, um elemento de discórdia. O primeiro aspecto edifica uma lógica de equivalência⁷⁹, em que os eleitores se unem em concordância perceptiva. Os fragmentos discursivos que seguem corroboram com essa análise:

Ah! Para mim, eu adoro o Rio de Janeiro, eu amo praia, eu amo a cidade, os pontos turísticos são maravilhosos (...) (Entrevista em profundidade 2, Rio de Janeiro, mulher, 18 a 25 anos, universitária, católica, renda familiar acima de 20 salários-mínimos, Zona Sul)⁸⁰.

⁷⁹ Ao propor a ideia de prática articulatória, enquanto determinante para a construção hegemônica, Laclau e Mouffe (2015) salientam os conceitos de “lógica da diferença” e “lógica da equivalência”. A construção discursiva, que almeja ser bem-sucedida, na visão dos autores, deve aplicar a prática articulatória considerando diferenças e equivalências no universo político de atuação.

⁸⁰ Optamos por transcrever literalmente os trechos de falas dos entrevistados, incluindo eventuais erros gramaticais.

Porque Deus deu para o Rio uma natureza muito linda e o povo é muito amável, eu amo o povo do Rio de Janeiro, amo morar no Rio de Janeiro (...) (Entrevista em profundidade 5, Rio de Janeiro, homem, 55 a 70 anos, ensino superior, católico, renda familiar acima de 20 salários-mínimos, Zona Sul).

(...) a natureza é maravilhosa, a gente tem tudo aqui (...) (Entrevista em profundidade 14, Rio de Janeiro, homem, 18 a 25 anos, ensino médio, católico, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Zona Oeste).

É até redundante, mas tem muitos locais bonitos, praias, tem muitos gostos, pode fazer uma trilha, enfim. Tem muitas opções aqui, isso é interessante, é um lugar bom de se viver nessa questão (Entrevista em profundidade 15, Rio de Janeiro, mulher, 30 a 45 anos, ensino médio, católica, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Zona Norte).

O *segundo aspecto*, o *orgulho promovido pelas belezas naturais*, remonta a uma satisfação dos que reconhecem os problemas, mas que apontam a natureza como elemento compensatório. Observa-se referências dos entrevistados ao Rio de Janeiro como “cidade maravilhosa” – termo retratado no hino oficial da Cidade⁸¹, que exalta as belezas naturais do município. Esse aspecto contemplativo é motivo de orgulho pela percepção do morador de que os não moradores também assim reconhecem o município. Em alguns fragmentos de entrevistas, o orgulho é retratado de forma lógica, levando em consideração a opinião de visitantes. Se o primeiro aspecto, a utilidade/contemplação, é mais facilmente percebido pelas interações sociais entre moradores, o segundo aspecto pode derivar das interações com visitantes, com moradores de outros municípios (em deslocamentos de cariocas ou nas redes sociais) e até nas estatísticas sobre o turismo que circulam nos meios de produção de conteúdo. O orgulho, em última instância, é a satisfação com o reconhecimento do outro (o não morador do Rio de Janeiro). Nesse aspecto, a equivalência entre as opiniões dos públicos (morador e visitante) sobre as belezas naturais do município mostra-se como índice de uma qualidade que não deve estar ausente nas estratégias comunicativas eleitorais.

Eu moro onde todo mundo vem passar férias né? É uma cidade linda, é a única cidade que fica entre mar e montanhas, temos praias maravilhosas na cidade, temos o parque nacional da Tijuca que tem montanhas, é uma parte de montanhas que foi toda reflorestada na gestão de Dom Pedro II, era uma fazenda de café que ele conseguiu fazer o replantio com a mata nativa, tem cachoeiras lá, mirantes, fauna e flora diferente. Você tem o dia, museus para ir, cinema, teatro, a vida noturna não é tão boa como São Paulo, agora o Rio também tem seus encantos naturais. O Rio conquista pela beleza natural que tem. Fora a hospitalidade do carioca, a simpatia (Entrevista em profundidade

⁸¹ O hino do município, composto por André Filho em 1935, foi institucionalizado em ato da Câmara Municipal no ano de 2003.

6, Rio de Janeiro, mulher, 55 a 70 anos, ensino superior, católica, renda familiar superior a 20 salários-mínimos, Zona Sul).

As vantagens é que a cidade é maravilhosa, temos o turismo, temos todos os lugares pra conhecer, Cristo, Pão de Açúcar (...). Eu acho que, pra mim, isso é o principal, até porque as pessoas procuram muito o Rio por conta do turismo, das nossas belas paisagens, dos nossos lugares (Entrevista em profundidade 19, Rio de Janeiro, mulher, 18 a 25 anos, ensino médio, evangélica, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Comunidade da Zona Sul).

Praias, os pontos turísticos, os eventos que têm no rio de janeiro, tipo Rock in Rio, entende? O maracanã, os estágios de futebol, sabe? Que acumulam, que acho que são as vantagens (Entrevista em profundidade 20, Rio de Janeiro, homem, 18 a 25 anos, ensino médio, católico, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Comunidade da Zona Norte).

O *terceiro aspecto* evoca a qualidade das belezas naturais em contraste com o performativo das políticas públicas. A natureza exuberante é entendida como um insumo potente para políticas de *desenvolvimento local a partir do turismo*, sobretudo para as expectativas dos moradores da periferia – ávidos por oportunidades de trabalho e renda. Em alguns fragmentos discursivos, os entrevistados descrevem o Rio de Janeiro como um município que “tem tudo” para ser melhor. Assim, o turismo é identificado como uma vocação do município e sua principal força para enfrentar adversidades. No entanto, esse reconhecimento sobre a possível solução para reger fatos futuros com a promoção de um mundo percebido melhor não garante o otimismo de todos. Os discursos de parte dos eleitores expressam desesperança, uma vez que o Rio de Janeiro é percebido como um município que alcançou estágio irreversível de problemas cotidianos. Para alguns, a criminalidade (problema mais mencionado) é um entrave para os benefícios que o turismo é potencialmente capaz prover.

O Rio de Janeiro é uma cidade maravilhosa, tem de tudo para dar certo, sabe? O país, em si, tem fundos, tem investimentos, tem... como que eu vou dizer? Tem matéria prima, sabe? Sendo que o problema é a má diligência disso tudo e isso tudo é usado em prol de autobenefício, nunca é usado pensando em prol da sociedade, sabe? Quem entra na política, entra pensando em roubar, ponto (Entrevista em profundidade 8, Rio de Janeiro, homem, 18 a 25 anos, universitário, católico, renda familiar entre 10 e 20 salários-mínimos, Zona Norte).

(...) uma cidade maravilhosa, com tantas belezas, podia ser uma das cidades mais visitadas do mundo com turismo, mas devido a violência e vários fatores não é explorado, e não aproveita o real potencial que tem. Muita gente desempregada aqui no Rio (Entrevista em profundidade 16, Rio de Janeiro,

homem, 30 a 45 anos, ensino médio, evangélico, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Zona Oeste).

Aqui tem muita gente que vem de fora porque gosta da área de lazer, de turismo, né? Tem é que ter mais segurança para as pessoas passearem mais à vontade (Entrevista em profundidade 21, Rio de Janeiro, mulher, 30 a 45 anos, ensino médio, católica, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Comunidade da Zona Oeste).

O eleitor, no primeiro aspecto, reconhece, pela contemplação, as belezas naturais. No segundo aspecto, percebe que essa qualidade é uma marca reconhecida também por não moradores. E, finalmente, no terceiro aspecto, identifica oportunidades que essa qualidade oferece para combater os problemas e desafios do *mundo percebido*. E, nessa lógica discursiva, reside o nascedouro das expectativas eleitorais no Rio de Janeiro. Em uma perspectiva pragmatista⁸², o eleitor contempla uma qualidade, objetiva uma potência e julga fatos que podem reger benefícios futuros.

B) Problemas percebidos

Os entrevistados apresentam os elementos que dramatizam o cotidiano do Rio de Janeiro em duas dimensões temáticas – que, como forma de organizar a análise, nomeamos de *dimensão regular* e *dimensão anômala*. A primeira dimensão retrata a demanda por serviços públicos essenciais: transporte, saúde, educação. Já a segunda dimensão temática, anômala, nasce de convulsões sociais em muito explicadas por ausências na primeira dimensão – o fator mais mencionado é a criminalidade.

⁸² A perspectiva pragmatista, com gênese em Peirce, é a essência da teoria social de Mead. Em Peirce, uma relação ternária é ponto de partida para o seu pensamento em oposição às proposições funcionalistas. Ele propõe a semiótica – enquanto mapa lógico de condução das investigações e análise dos signos – como apoio aos processos investigativos específicos. A dimensão ontológica, então, proporciona, em um primeiro evento, a apreensão da qualidade, abstendo-se o observador de reflexões, julgamentos, cálculos. Em seguida, a atenção volta-se para o exame de diferenças e semelhanças com o “aqui e agora”. Enfim, a avaliação põe em curso a generalidade para “governar fatos futuros”, a continuidade. A experiência com o aqui e agora vivencia a conexão entre o interior e o exterior, a ontologia e a fenomenologia. O signo, simplesmente por suas qualidades, na relação com o objeto e este na mediação com o interpretante, formam a tríade de Peirce. Santaella (2018) salienta que a perspectiva peirceana promove a tríade relacional: relação do signo consigo mesmo (significação); relação do fundamento com o objeto (objetivação); e relação do objeto com o interpretante (interpretação).

B.1) Dimensão regular

Em setembro de 2020, período de realização das entrevistas, a pandemia já impunha severas modificações no cotidiano carioca. Uma das consequências foi o esvaziamento do Centro (bairro comercial) com a prática de *home office*, evidenciada, como exposto no item anterior, pela queda expressiva do número de passageiros no transporte público. O sistema de transporte em desenho pendular, com grande fluxo dos bairros em direção ao Centro nos horários de *rush*, ainda é um dos eixos das avaliações negativas dos entrevistados. O BRT (*Bus Rapid Transit*) é objeto de elogio de passageiros e de críticas de motoristas, uma vez que a edificação do sistema reduziu espaços de vias, aumentando o trânsito. O município conta, como observamos, com opções de transporte municipais (ônibus, vans e metrô) e intermunicipais (ônibus, trem, vans e barcas) – o que dilui o fluxo sem, no entanto, amenizar as insatisfações. A mobilidade não é dramatizada pelos entrevistados que residem na Zona Sul (concentração de renda alta do município) – que contam com o serviço do metrô, valorizado pelas condições de uso sem o enfrentamento das longas distâncias e lotações experimentados pelos moradores da periferia, usuários desse modal. Embora os modais de transporte sejam concessões públicas administradas por empresas privadas, a regulação dos serviços é atribuição do poder público municipal (com exceção do metrô, trens e barcas – atribuições do governo estadual). A qualidade dos serviços emoldura esse elemento da dimensão regular.

(...) transportes públicos, a gente não tem qualidade nenhuma aqui, a gente mora parece que mora perto das coisas, mas para ir dar um passo, você paga quase 5 reais de passagem, isso é um absurdo, os BRT que foi feito para facilitar, parece um negócio cheio, entupido de gente, para facilitar a vida do morador, então, a gente tinha tudo para ser uma coisa boa sabe, mas infelizmente o poder público não (Entrevista em profundidade 14, Rio de Janeiro, homem, 18 a 25 anos, ensino médio, católico, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Zona Oeste).

Hoje eu vejo mais desvantagens do que vantagens. Quem depende de transporte público sofre muito, ainda mais nesse momento de pandemia que não foi aumentado frotas de ônibus, hoje em dia nem se respeita mais estarem com as janelas abertas, já estão com ar-condicionado os que tinham, os ônibus estão cheios, coletivos cheios, BRT, trens, eu não uso tudo isso, uso mais ônibus e atualmente estou até em casa, estou *home office*, mas eu observo. Então assim, os coletivos em geral são muito ruins, os transportes públicos são muito ruins (...) (Entrevista em profundidade 15, Rio de Janeiro, mulher, 30 a 45 anos, ensino médio, católica, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Zona Norte).

A saúde também foi mencionada como ponto crítico, dramatizado pelo período pandêmico. A situação dos hospitais e a qualidade do atendimento nas unidades de saúde são mencionados tanto por usuários quanto por não usuários. O altruísmo dos mais abastados e a necessidade dos mais necessitados (mais dependentes dos serviços públicos) produzem a crítica conjunta. Embora uma solução no campo da saúde não atenda objetivamente os primeiros, é potencialmente capaz de gerar satisfação pela alteridade. Já para os que dependem desses serviços, soluções na área da saúde são garantias para a sobrevivência. Embora as condições dos dois públicos indiquem diferenças na possibilidade de uso do serviço público de saúde, a equivalência de demandas os une – embora com motivações distintas (necessidade ou altruísmo). A formação das ideias acerca das condições dos serviços de saúde, delineada pelos fragmentos discursivos, esboçam a presença de conteúdos promovidos por experiências pessoais, circulação midiática e por interações intersubjetivas⁸³. O mundo percebido, no que diz respeito aos serviços de saúde, é formado por interpretações de experiências pessoais e interações comunicativas.

(...) a saúde, um funcionário meu se acidentou e ele precisou da saúde pública e foi muito complicado, então a saúde está muito precária (...) (Entrevista em profundidade 3, Rio de Janeiro, homem, 30 a 45 anos, ensino superior, católico, renda familiar acima de 20 salários-mínimos, Zona Sul).

Eu não dependo de hospitais públicos, mas eu vejo na televisão né? E tem pessoas que trabalham para mim, que eu sou arquiteta e tenho uma empresa, então as vezes falta um funcionário, porque está em hospital público o dia inteiro para ser atendido por alguma coisa, ou daqui há dois meses, um absurdo entendeu? Então eu acho que os hospitais de saúde são as piores características (...) (Entrevista em profundidade 4, Rio de Janeiro, mulher, 30 a 45 anos, ensino superior, católica, renda familiar acima de 20 salários-mínimos, Zona Sul).

Hospital, eu acho que UPA, não é preparado para atender as pessoas que não tem plano de saúde. Entende? Muitas pessoas morrem nas filas, eu acho que em questão de plano de saúde que virar um plano de saúde do governo, não sei, pagar alguma coisa para os planos de saúde, que não seja muito, que não vá fazer falta, e eles terem condições de um hospital um pouco mais avançado do que um UPA. Entende? Um hospital decente. Porque para mim plano de saúde todo mundo deveria ter (Entrevista em profundidade 20, Rio de Janeiro, homem, 18 a 25 anos, ensino médio, católico, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Comunidade da Zona Norte).

⁸³ A concepção de Mead (MORRIS, 2010) de interação entre organismos (sujeitos) tem papel potente na formação das ideias. Mead defende o conceito de dupla transformação dos organismos pela interação social – sem, no entanto, aderir à pretensão consensual habermasiana – o que também é rejeitado por Laclau e Mouffe (2015) ao proporem a construção da política pelas práticas articulatórias.

Não, a saúde pública não funciona, aqui está complicado tudo, saúde, agora teve mais um escândalo com o Crivella e realmente quem precisa da saúde pública aqui no Rio nunca consegue atendimento, as vezes a pessoa está morrendo na porta do hospital e não consegue atendimento. Tem muitos leitos nos hospitais vazios porque não tem médicos para atender, não precisava fazer tantos hospitais se não tem profissionais para atender, mas a intenção deles é realmente roubar (Entrevista em profundidade 20, Rio de Janeiro, homem, 30 a 45 anos, ensino médio, evangélico, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Zona Oeste).

A educação é outro elemento da *dimensão regular* que une ricos e pobres, não obstante distinções entre os públicos, na apresentação da demanda, com diferenças nos propósitos que não provocam dissensões. Para os entrevistados com maior renda familiar, moradores que não dependem desse serviço, o investimento em educação é índice de solução para problemas sociais. Já para os moradores da periferia, a educação é uma oportunidade que alimenta expectativa para o futuro.

A questão de didática mesmo, de disciplina, de aula, de professor qualificado, de investir para que a pessoa estude para que ela se desenvolva, não que ela estude por uma obrigação (Entrevista em profundidade 8, Rio de Janeiro, homem, 18 a 25 anos, universitário, católico, renda familiar entre 10 e 20 salários-mínimos, Zona Norte).

Na educação eu acho que, precisaria de o dinheiro que eles roubam eu acho que podiam investir na educação, porque para mim o salário dos professores para mim não é compatível com a profissão deles, entendeu? Acho que os professores deveriam ter um salário tipo de um policial, um policial civil, um policial militar ganha pouco, então tipo, tão pouco quanto um professor, porque os caras arriscam a vida deles para subir um morro, um negócio assim. Ai arriscam a vida para receber 3 mil reais por mês? Isso não é justo, entendeu? Então eu acho que o salário do professor receberia um aumento, é que nem eu falei, tem pessoas abusadas, tem alunos que batem no professor, xingam os professores, quebram salas, e os professores tem que aguentar aquilo quieto, porque se fizerem alguma coisa perdem o emprego. Entendeu? E não acontece nada com esses garotos, sabe? (Entrevista em profundidade 20, Rio de Janeiro, homem, 18 a 25 anos, ensino médio, católico, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Comunidade da Zona Norte).

A abundância de recursos do governo municipal, conforme descrito no item “mundo objetivo”, parece ser apreendida pelos entrevistados. A ausência de recursos para a melhor execução dos serviços públicos não foi argumentada nos fragmentos discursivos. A conjugação dos fatores percebidos *recursos abundantes* e *serviços ruins* produz uma interpretação lógica dos eleitores: a corrupção está presente na gestão pública. Esse cálculo recebe o reforço

argumentativo da circulação midiática dos casos de corrupção, que levaram muitos políticos do estado do Rio de Janeiro para trás das grades.

B.2) Dimensão anômala

Os temas citados e outros mais que estão presentes nas entrevistas esboçam a construção social pelos cariocas do *mundo percebido*. No entanto, destacamos a principal dimensão que une os munícipes, tanto das áreas nobres quanto da periferia: violência – indicada como principal problema do Rio de Janeiro. Os relatos dos entrevistados remontam a cenas vividas, relatadas e noticiadas. No cotidiano de um grande município, estão presentes muitas formas de se informar e formar opiniões: das interações pessoais ao conteúdo midiático. A cena cotidiana do Rio de Janeiro é fortemente recheada de eventos violentos: assaltos, assassinatos, tiroteios, guerra entre facções do tráfico e ações de milícias policiais. Para a maior parte dos entrevistados, o drama da violência tem aumentado nos últimos anos – fruto dos baques econômicos, diminuição da receita pública, queda na empregabilidade. Para outros, a violência tornou-se comum por ser muito frequente.

A violência. Eu acho que ela, o nosso histórico da violência. Vou contar rapidinho para você entender, a gente teve o Leonel Brizola e naquela época, isso deve ter uns 30 e poucos anos, ele tinha a política que bandido não descia para o asfalto e a polícia também não subia. O que aconteceu com isso, a gente viveu um período de paz, porque eles não desciam, mas a polícia também não subia. Então você tinha tráfico de drogas funcionando lá em cima. Só que isso deu oportunidade para eles se organizarem, foi quando as grandes facções começaram a se armar e se estruturar, ele não conseguiu a reeleição, a polícia começou a subir o morro, bandido começou a descer, mas de uma forma diferente, eles estavam mais armados do que os nossos policiais. Aí você tem um confronto, então você tem uma cidade que cresceu de uma forma desordenada, você tem uma cidade que você tem um gap muito grande entre classe C e D com a classe A. Então isso faz com que as pessoas desempregadas sejam seduzidas por essa outra fatia de mercado do poder paralelo, porque de certa forma ela tem que sobreviver, e entrando é um caminho sem volta. Então eu acho que é o maior problema do Rio é a violência e depois do desemprego (Entrevista em profundidade 6, Rio de Janeiro, mulher, 55 a 70 anos, ensino superior, católica, renda familiar superior a 20 salários-mínimos, Zona Sul).

Uma violência assustadora, a gente teve caso a poucas semana no Rio Cumprido, os milicianos invadiram casas de pessoas inocentes fazendo refém, é meio assustador, porque além da corrupção, hoje ouvi uma reportagem que o exército do crime é maior que o efetivo da polícia militar no Rio de Janeiro, então a gente fica com medo, eu particularmente só saio de casa quando tem que sair mesmo, agora ficar dando mole de noite é assustador, porque é muita violência e a gente não se sente protegido pelo estado. Hoje eu acho que o Rio

de Janeiro está entre os principais em maior violência no país (Entrevista em profundidade 16, Rio de Janeiro, homem, 30 a 45 anos, ensino médio, evangélico, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Zona Oeste).

Essa dimensão edificada por anomalias sociais une sujeitos diferenciados por condições de vida: a cena cotidiana, no que se refere à segurança, expõe áreas ricas, com maior zelo nas políticas públicas, e áreas periféricas, mais vulneráveis a esses riscos. O medo e a preocupação fazem da segurança uma necessidade de todos, embora com riscos em condições distintas. Essa dimensão está mais ligada às políticas públicas de responsabilidade estadual – portanto, embora a dramaticidade expositiva do problema cause índices de impacto diversos no bem-estar dos eleitores, esse atributo apresenta relação indireta com a gestão municipal. Algumas entrevistas apontam para a percepção de que as políticas sociais, no âmbito da gestão municipal, podem contribuir para a diminuição da criminalidade.

C) Considerações finais sobre as características percebidas

O fenômeno que se apresenta para a percepção dos eleitores provoca os sentidos e promove interpretações. Edificada pelas experiências cotidianas, pela circulação de informação e por processos interacionais, a percepção é, antes de tudo, a apreensão do vivido para o julgamento dos sujeitos – com o apoio do pensamento, que é uma ação intencional⁸⁴. O *mundo percebido* pelos cariocas não está distante das características que definem o *mundo objetivo*. Diante da cena cotidiana, reforçada pelos processos interacionais, as demandas são apresentadas pelos eleitores como fruto da *realidade construída socialmente*⁸⁵ – *mundo percebido*. Os elementos linguísticos explícitos⁸⁶, regidos por elementos implícitos possivelmente complexos e variados, retratados nas entrevistas em profundidade, emolduram tanto o plano avaliativo da performance governamental quanto as expectativas sobre o padrão reputacional de uma candidatura potencialmente capaz de produzir soluções para os problemas vividos. De um lado, a violência que assola e amedronta os variados públicos. De outro, o turismo enquanto promovedor de recursos e soluções em políticas públicas capazes de combater as anomalias sociais. O eleitor, diante do fenômeno *mundo percebido*, projeta suas expectativas de soluções que, no campo eleitoral, culminarão em decisões sobre o voto. Antes, porém, do

⁸⁴ Ideia central da teoria pragmatista.

⁸⁵ Conceito notabilizado por Berger e Luckmann (2005)

⁸⁶ Conforme perspectiva de Charaudeau (2012)

exame acerca da *reputação requerida*, analisaremos as percepções sobre o governo municipal – enquanto gestor do município.

3.2.1.2.2 Performance percebida do governo municipal

As percepções sobre performance de governos municipais são marcadas por representações de ausências e presenças – em ações e discursos. Os significados produzidos pelas posturas governamentais são múltiplos e as avaliações dos públicos partem desses índices performáticos para alcançar a opinião sobre o governante/governo. Assim, cada ação do governo representa, de um lado, a vontade e os propósitos do governante e, de outro, fenômenos interpretáveis pelos sujeitos. Cada realização, inauguração, solução é índice da decisão do governante. Assim como as ausências, resultados ruins e maus serviços representam omissões do alcaide. Além da percepção de ações governamentais objetivas e, consequentemente, as interpretações acerca da performance do governante, os fenômenos discursivos que circulam no cotidiano, dos midiáticos aos das redes tecnológicas, do governo e dos veículos, também têm influência nas interpretações dos sujeitos. O conjunto de conteúdos circulantes motiva as interações acerca da performance governamental – e impacta na percepção que os eleitores têm do município. As entrevistas em profundidade trazem opiniões dos entrevistados construídas por complexas relações de interação e interpretação da atuação do governo e do governante no *mundo percebido*. E, na medida em que as opiniões se repetem, evidencia-se as chances de serem fruto das interações e construções sociais das ideias políticas e das avaliações performativas do governo.

Um governo pode ser avaliado com variados instrumentos de medição: estatísticas de realizações; criação de serviços públicos; número de pessoas atendidas por políticas públicas; relatos de transformações em índices socioeconômicos etc. Para o propósito de nossa avaliação, o que vale aqui é a interpretação dos eleitores sobre o governo em face do que percebem, interpretam. Interessa também o quanto o governo promove respostas para os problemas percebidos, na percepção dos eleitores. De uma forma geral, em face dos problemas do *mundo percebido*, o então prefeito Marcelo Crivella (2016-2020) não era reconhecido por ações efetivas que pudessem promover alguma transformação positiva no cotidiano dos eleitores. Veremos os detalhes dessas avaliações a seguir.

As entrevistas mostram casos de relações distintas com a gestão de Crivella. Dos que não percebem qualidades no governo, passando pelos que justificam a performance ruim pela

herança da gestão anterior, até os que aprovam o governo municipal. No entanto, no conjunto das entrevistas, o conteúdo é majoritariamente crítico, que remonta três dimensões: A) da relação entre política e religião (fator mais mencionado); B) da habilidade administrativa; e C) dos resultados. Nos termos de Charaudeau (2006), a ação política depende da palavra, do discurso. E a percepção dos eleitores sobre Crivella compõe-se da interpretação de ações e discursos.

A) Relação entre política e religião

Marcelo Crivella é bispo da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). As primeiras aparições de Crivella no cenário político foram para a divulgação de seu trabalho como cantor *gospel* e promovedor de um trabalho social da IURD na Bahia – aparições em forma de pré-campanha para o senado em 2002, quando saiu vitorioso. Foram várias candidaturas ao Executivo com derrotas, a partir de 2004, até a vitória de renovação do mandato de senador em 2010. Em 2012, em uma polarização com o candidato do PSOL (Marcelo Freixo) no segundo turno, Marcelo Crivella foi eleito para o cargo de prefeito do Rio de Janeiro.

A avaliação dos eleitores sobre o governo Crivella, em volume expressivo das entrevistas em profundidade, perpassa pelo tema da religião. Com exceção de um entusiasta evangélico, que demonstrou satisfação pelo fato de o Rio de Janeiro ter um alcaide cristão, as menções ao tema são críticas. A questão central é que, para os entrevistados, Crivella, em sua performance governamental, consubstancia política e religião. Essa percepção foi reforçada, e citada de forma específica em algumas entrevistas em profundidade, pela circulação midiática (imprensa e redes tecnológicas), em meados de 2018, segundo ano de governo, sobre uma gravação de Crivella em reunião com lideranças evangélicas. Na gravação, o prefeito apresenta o contato de uma servidora, que seria responsável por organizar o atendimento médico de indicados pelos líderes evangélicos: evento que ficou conhecido (em matérias, memes, *posts*) como “fala com a Márcia”. Nos relatos dos eleitores nas entrevistas em profundidade, observa-se a interpretação sobre a atuação política de Crivella sob a égide de um *ethos* dedicado ao privilégio de uma categoria de eleitores, devotos da mesma fé.

Quando começou eu até me surpreendi porque ele foi mediano, ele conseguiu dar uma arrumada na casa, até porque o Eduardo Paes que foi anterior deixou uma situação de certa forma confortável apesar da recessão de uma forma geral que o Rio está tendo, mas estava em um situação um pouco mais confortável que outras cidades, então ele começou fazendo um trabalho

brando, mas manteve alguma coisa que o antecessor havia deixado, mas depois que ele começou a sofrer influência da Universal na gestão, aí tudo piorou, saúde foi ladeira abaixo, educação mesmo caminho e assim, com pessoas boas na secretaria, eu conheço o atual secretário de educação e ela é bem formada, bem instruída, ela tem boas ideias, mas essa questão de vincular religião a política não funcionou em época nenhuma da humanidade e não funcionaria agora. Ele começou médio e foi descendo até no que as pessoas veem hoje (Entrevista em profundidade 3, Rio de Janeiro, homem, 30 a 45 anos, ensino superior, católico, renda familiar superior a 20 salários-mínimos, Zona Sul).

É até difícil você ver algo positivo, porque até o turismo desde que ele assumiu, ele usa essa parte do evangélico, então ele não apoia muito o turismo, ele tem que deixar um pouco a religião de lado e dar isso ao povo, porque gera uma receita muito grande ao estado, o carnaval e essas coisas, mesmo ele não gostando de carnaval ele sendo prefeito se dá receita para o estado, se gera emprego, eu acho que ele tem que apoiar. Do começo ele foi muito ausente, teve um carnaval e no meio do carnaval e ele vai para a Europa não faz muito sentido e quando ele voltou acho que ele caiu um pouco na real e deu uma melhorada, o turismo veio melhorando um pouco (Entrevista em profundidade 16, Rio de Janeiro, homem, 30 a 45 anos, ensino médio, evangélico, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Zona Oeste).

Nesse aspecto, as entrevistas indicam que o então prefeito era percebido como quem age politicamente com atenção seletiva e, conseqüentemente, carente de relações afetivas com públicos não devotos de sua fé. Na perspectiva de Laclau e Mouffe (2015), em face do percebido pelos eleitores, Crivella carecia também do *ethos* da articulação, como forma de prática democrática, mobilizadora de diferenças e equivalências, em uma hegemonia governamental. Crivella era percebido como o governante dos semelhantes a ele. Em face das demandas apresentadas nas interpretações dos eleitores na construção social do *mundo percebido*, essa percepção sobre Crivella estava distante do desejado para uma gestão municipal eficaz. Um dos aspectos comentados, que reforça a ação seletiva e o propósito religioso acima dos interesses do município, foram os embates entre Crivella e as escolas de samba – o que seria um percalço para o turismo, percebido como potência de salvação.

B) Habilidade administrativa

Um termo muito usado para definir Crivella, em sua gestão da prefeitura, foi “perdido”. O *ethos* da competência mostrava-se ausente. A interpretação dos eleitores, objetivada nas entrevistas, indica que o prefeito não conhecia os elementos técnicos necessários para a gestão da cidade. Na avaliação dos eleitores, a modalidade discursiva “saber fazer” não se mostrava presente em tudo que o governo comunicava em seus gestos e verbos. Não obstante as relações

históricas que podem se apresentar como indutoras de experiências que regem interpretações e construções sociais das demandas dos eleitores, um governo em atividade pode ser signo das ausências que põem em risco o bem-estar dos cidadãos. Assim, muito do que está presente nos discursos sobre a relação com o município (*mundo percebido*) é índice das ausências percebidas no governo Crivella. Ainda que o tempo seja didático para as interpretações, o *mundo percebido* em *tempo real*, sobretudo com circulações imediatas acerca da performance governamental, conduz, de forma rígida, a expressão das demandas por um cotidiano melhor. A ausência do *ethos* da competência mostra-se nas entrevistas como o maior resultado das interpretações que os eleitores faziam do governo Crivella:

Olha, características positivas desse governo... se eu analisar mesmo, eu acho que eu não vejo, sinceramente! Porque não vi nenhuma benfeitoria até agora, a gente não vê, não tem nada do que a gente possa falar! É como se ele não soubesse administrar, sabe? Ele está perdido, talvez, ele não sabe falar com a população... é... eu digo que ele não é um cara safo, sabe? (Entrevista em profundidade 9, Rio de Janeiro, mulher, 30 a 45 anos, ensino superior, católica, renda familiar entre 10 e 20 salários-mínimos, Zona Sul).

Até que não foi tão ruim não, foi o menos pior, ele ainda inauguração (*sic.*) umas coisinhas (Entrevista em profundidade 18, Rio de Janeiro, homem, 30 a 45 anos, ensino fundamental, católico, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Zona Oeste).

Não tem nenhuma competência, nada, não achei. Muito pelo contrário, achei bem incompetente (Entrevista em profundidade 15, Rio de Janeiro, mulher, 30 a 45 anos, ensino médio, católica, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Zona Norte).

C) Resultados

Sobre os resultados do governo Crivella, os comentários variam entre a indignação (parte mais expressiva dos comentários) e a satisfação. Não obstante os reconhecimentos dos eleitores do ex-prefeito, que julgavam as ações no campo educacional como um importante legado, os respondentes tinham dificuldades em apontar resultados positivos da gestão Crivella. Em duas oportunidades das entrevistas, foram sondadas as percepções acerca das qualidades do governo: pontos positivos e principal legado que deixaria. Para a primeira sondagem, o pronome indefinido “nada” foi o mais citado. Entre os que identificaram qualidades na gestão,

citaram a gestão da pandemia, a gestão das escolas⁸⁷ e a gestão financeira (em face de ter assumido o município com dívidas). Quanto aos críticos, no quesito “legado”, citaram o pronome “nenhum” frequentemente. Na interpretação dos entrevistados, a modalidade “o que fazer” está ausente em tudo que o governo Crivella comunicou.

Uma das piores da história, porque ele não fez nada, ele não consegue falar nada concreto, nada que você consiga entender o que ele tenha feito, ele só maquia (...) (Entrevista em profundidade 10, Rio de Janeiro, homem, 30 a 45 anos, ensino superior, católico, renda familiar entre 10 e 20 salários-mínimos, Zona Norte).

No começo ele começou muito devagar, ele foi uma frustração para os eleitores dele, primeira chuva grande que veio e causou uma série de problemas na cidade ele foi pra França pra descobrir como se faria para acabar com a enchente, aí depois ele andou muito sumido, ausente das obrigações de prefeito, agora ele voltou a fazer imagem mesmo com a pandemia, hospital de campanha, se preocupou dia e noite com a COVID, mas acabando a COVID ele não vai ter muito o que fazer não (Entrevista em profundidade 11, Rio de Janeiro, mulher, 55 a 70 anos, ensino superior, católica, renda familiar entre 10 e 20 salários-mínimos, Zona Sul).

Olha, opinar o governo Crivella é uma coisa bastante complicada pra mim, eu sou aquele tipo de cidadão que existem políticos que eu gosto, não gosto, que eu odeio e que não fazem diferença, se eles existem ou não pra mim não faz diferença, e o Crivella pra mim é esse que não faz diferença. Eu votei no Crivella no segundo turno se não me engano, mas porque eu votei nele, porque eu não voto no Freixo de jeito nenhum, então acabei votando nele. Desde o início o Crivella sempre me deu muita coisa a se pensar, por exemplo em março a prefeitura reclamou da quantidade de saúde que existia na cidade, que era muito posto, não precisava de tanto assim. Eu nunca escutei um governante reclamar que o anterior tinha feito muita coisa, aí eu comecei um pouco olhando de lado (Entrevista em profundidade 22, Rio de Janeiro, mulher, 30 a 45 anos, ensino médio, evangélica, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Comunidade da Zona Norte).

Então, positivo da prefeitura do Rio dizem que a gestão anterior estava com déficit, saldo negativo, agora dizem que está sendo bem solucionado, a questão da saúde, de moradia, que ele está inaugurando projetos para alcançar pessoas de baixa renda. Eu não sei dos detalhes, as pessoas comentam que tem aspectos positivos na gestão dele, entendeu? (Entrevista em profundidade 23, Rio de Janeiro, mulher, 55 a 70 anos, ensino fundamental, evangélica, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Comunidade do Centro).

Desde a experiência cotidiana, passando pela circulação, até as interações intersubjetivas, as interpretações que subsidiam a construção social do *mundo percebido* tomam forma na consubstancialização de qualidades e defeitos e da avaliação sobre a performance do

⁸⁷ A educação, como observado nos indicadores expostos, é um destaque do município.

governo municipal. O *mundo percebido* conjuga as características do município e dos resultados da gestão pública municipal (sem desconsiderar a percepção sobre outras esferas de poder – sobretudo no que se refere ao tema da segurança). A interpretação dos eleitores leva em consideração esses dois fenômenos, que estão intrincados na dinâmica cotidiana do município. Por um lado, as características do município produzem interpretações acerca de qualidades e problemas. Para o caso dos problemas percebidos, no que tange à esfera municipal, projetam demandas e expectativas acerca da performance política e administrativa do prefeito. Por outro lado, as possíveis inércias governamentais dão relevo e dramaticidade para os problemas percebidos.

Lembremos da metáfora da porta de Charaudeau (2012): ao pedir que se feche a porta (ação explícita), o sujeito pode ter muitas razões (implícitas) possíveis para o pedido – barulho, frio etc. Ao apontarem para os problemas do município (explícito), os entrevistados o fazem sob a égide de fatores implícitos. De igual forma, tanto a dramaticidade do mundo percebido pode recrudesce as cobranças e maximizar as expectativas com as ações governamentais quanto as atividades do governo podem ampliar ou aliviar, na percepção dos eleitores, os dramas vividos⁸⁸. No que se refere aos processos eleitorais, o exame desse item (*mundo percebido*) encontra uma questão que pretendemos responder no conjunto da análise dos dois municípios: os dramas vividos influenciam na avaliação governamental ou a percepção sobre a performance do governante emoldura os problemas vividos? Antes, porém, de acessar a análise de outras realidades, avaliaremos as expectativas sobre perfil de candidaturas que constroem o valor “reputação” e também as ações comunicativas que objetivam atrair o eleitor em face das expectativas construídas. Em processos eleitorais, não se troca alguém por ninguém. Renúncias e escolhas são realizadas em face do mundo e governo percebidos – a partir dessas construções sociais, o quadro reputacional (*reputação requerida*) é edificado socialmente.

3.2.1.3 Rio de Janeiro: reputação requerida

Optamos por iniciar nosso exame pelo município do Rio de Janeiro, como salientado nos itens anteriores. A partir dessa avaliação, buscaremos padrões nas entrevistas com os eleitores do outro município. A nossa busca, nesse item, objetiva o exame de padrões discursivos que emolduram uma candidatura idealizada – o candidato “ideal”, potencialmente

⁸⁸ Nesse caso, fazemos menção à possibilidade de ações efetivas que impactam tanto na experiência cotidiana dos eleitores quanto nos efeitos da argumentação desses feitos na percepção dos públicos.

capaz de atender as demandas, possuidor de características que, na interpretação dos eleitores, constituem o perfil de candidatura que seja índice de um solucionador dos problemas do município. Como descrevemos no primeiro capítulo, a reputação é um valor, construído socialmente pelos eleitores, atribuído (também socialmente) às candidaturas. Assim, argumentamos, naquele capítulo, os dois elementos que denominamos como *campo reputacional*: o *quadro reputacional* e a *reputação*. O primeiro é o valor propriamente dito, que pretendemos demonstrar no presente exame. Já o segundo é a aplicação do valor no julgamento das candidaturas – que não fará parte dessa tese, deixaremos para análises e contribuições futuras.

A aplicação do roteiro das entrevistas em profundidade nos dois municípios, no capítulo destinado à sondagem das características de uma candidatura idealizada, continha cinco temas básicos: 1) características do prefeito(a) ideal; 2) características que demonstram que um(a) prefeito(a) ideal é competente para administrar o município; 3) características que demonstram que um(a) prefeito(a) ideal é competente para lidar no mundo político; 4) características pessoais de um prefeito(a) ideal; e 5) sentimentos que um prefeito(a) ideal deve despertar em você. A primeira questão objetiva sondar impressões de forma mais aberta, sem estímulo de categorias de atributos. A segunda questão retrata a categoria de atributos de “competência para a gestão”, referência de exigências para resolução de problemas. A terceira representa o eixo da articulação política⁸⁹. As questões dois e três representam fatores funcionais de uma candidatura idealizada. A quarta questão apurou elementos da personalidade que possam ser índice de alguém que possui as qualidades esperadas em um governante. Na quinta questão, buscamos elementos mais passionais, declarados pelos eleitores como sendo os que mais sensibilizam, patemizam uma relação governante-eleitor.

3.2.1.3.1 Pontos nodais do quadro reputacional

Optamos por fazer as perguntas sobre um(a) prefeito(a) ideal e não sobre um(a) candidato(a) ideal por algumas razões. Primeiramente, buscamos sondar o valor, o quadro reputacional esperado para um agente político em exercício – a projeção de um modelo idealizado para o exercício do cargo. A ideia é distinguir candidato e governante, não correndo o risco de uma avaliação sobre a postura idealizada em campanhas, mas focando nas

⁸⁹ Elemento essencial para a construção hegemônica em Laclau e Mouffe (2015).

características esperadas para os eleitos. Em segundo lugar, o elemento pragmatista retrata os efeitos interpretativos sobre como objetos regerão fatos futuros. A escolha de um candidato é a atribuição de valor, quadro reputacional, em face da interpretação sobre como serão as atitudes do governante no poder.

Os eleitores do Rio de Janeiro, ao serem inquiridos acerca do perfil ideal de prefeito – referência para escolha de um candidato que represente esse papel –, na sondagem inicial (primeira questão), organizam os atributos apresentados em dois pontos nodais: 1) *reconhecimento de competências*; e 2) *identificação e articulação*. O primeiro ponto nodal retrata a modalidade discursiva “saber fazer”⁹⁰ – alguém que conheça os mecanismos, os conceitos, as ferramentas de gestão. No quadro reputacional do eleitor, o atributo funcional “saber-fazer” é determinante para edificação das soluções para os problemas do município. Essa característica é índice de eficácia, excelência, condição para realização das demandas. Esse ponto nodal é elaborado também a partir da interpretação dos eleitores sobre o prefeito Crivella – considerado “perdido” e como alguém que “não sabe o que faz” – o que seria umas das principais razões para a avaliação negativa do governo municipal. O “saber fazer” é condição e garantia das *chances de ganhos futuros*⁹¹.

Ele tem que ser um governo profissional, tem que ter uma pessoa competente que saiba fazer o que está fazendo, não pode ser um amador (...) (Entrevista em profundidade 22, Rio de Janeiro, mulher, 30 a 45 anos, ensino médio, evangélica, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Comunidade Zona Norte).

Tinha que ser pessoa linha dura, muito correta, que não se corrompesse e que atacasse os problemas de saúde, precisava de uma boa equipe, não adianta o prefeito, ele tem que ser bom, mas precisa de uma equipe boa atrás dele, entender de gestão, como gerenciar o dinheiro público, como vai fazer o orçamento da cidade. Talvez uma mulher seria melhor pra esse cargo, a mulher é mais detalhista (Entrevista em profundidade 12, Rio de Janeiro, homem, 55 a 70 anos, ensino superior, católico, renda familiar entre 10 e 20 salários-mínimos, Zona Norte).

⁹⁰ Fiorin (2000) indica o papel do discurso em patamares de compreensão dos sentidos, a partir de um nível mais superficial sustentado por um nível mais profundo. O percurso gerativo do sentido, nessa perspectiva, funda-se em três patamares estruturais: fundamental, narrativo e discursivo. A partir desses patamares estruturais, os enunciados são categorizados em *elementares* (predicados), de *estado* (ser) e de *fazer*. Essas modalidades discursivas, ainda segundo Fiorin, consolidam-se a partir dos predicados e de suas produções de outros predicados (sobremodalização). Essa perspectiva discursiva é ancorada por Fiorin nos modos de existência dos sujeitos e nas correspondentes relações entre sujeitos e predicados modalizados. Assim, as modalizações do discurso e a produção dos sentidos estão subjugados ao modo de existência do sujeito: performance do “fazer” com a natureza do “ser”.

⁹¹ Perspectiva dos defensores das teorias econômicas do voto.

O ponto nodal espontâneo (da primeira questão) do quadro reputacional, *identificação e articulação*, pode ser traduzido pela modalidade discursiva “*saber o que fazer*” – a identificação representando alguém próximo ao eleitor, que conhece as demandas, e a articulação representando o diálogo com os eleitores para levantamento das necessidades. Na construção discursiva dos entrevistados, esse eixo é apresentado como garantia de que o governante fará o que os cidadãos precisam – o que representa uma preocupação não apenas com o fazer algo, mas em atender as demandas. Se o primeiro eixo está ligado ao conhecimento sobre como as ações são edificadas, à “força” para reger fatos futuros, a segunda tem a ver com a “direção” da força aplicada. Força e direção: potência para fazer o que é necessário, o que é demandado – e, para isso, é preciso diálogo com os cidadãos.

A cidade do Rio é muito heterogênea, são várias micro cidades dentro da mesma cidade, então a primeira característica que um prefeito precisa ter pra ser bom seria capacidade de dialogar e capacidade de viver os dramas que dessas micro cidades que existem dentro da mesma cidade, por exemplo o Crivella não tem, quando você quer mexer com uma estrutura básica como eu estava falando do transporte eu mostro que eu não vivo o drama, eu não sei o que aquelas pessoas passam, então a primeira coisa ele tem que descer do pedestal e ele tem que viver e experimentar o que as pessoas das regiões do Rio experimentam, então essa característica é a principal, ele tem que dialogar com todo mundo e também, ele tem que ser um político que pense muito na resiliência, por exemplo, verão, o novo político sempre começa na pior época que é o verão, então como é que eu vou conseguir evitar que os problemas com a chuva aconteçam, como acontece em todo o verão e como é que eu vou conseguir lidar com eles quando eles acontecerem, quando acontece com o Crivella é a essa falta de resiliência, ele demora muito a agir quando acontece uma tragédia (Entrevista em profundidade 3, Rio de Janeiro, homem, 30 a 45 anos, ensino superior, católico, renda familiar superior a 10 salários-mínimos, Zona Sul).

Em linhas gerais, o quadro reputacional, no questionamento espontâneo, é composto de expectativa com atributos funcionais que atendem dimensões racionais do julgamento sobre o voto⁹². Em última instância, o eleitor quer um governante que resolva os problemas do município⁹³. E, para isso, o governante precisa saber resolver e conhecer os problemas do município. No entanto, a relação dos eleitores com o município (*mundo percebido*), com o governo e com candidaturas é regida por complexidades que impactam na interpretação e no julgamento reputacional. Por exemplo, uma candidatura que argumente seu preparo pelos

⁹² Essa perspectiva de escolha eleitoral é muito presente nas proposições do voto econômico, em que as questões partidárias e ideológicas, por exemplo, são menos potentes do que as expectativas de resultados futuros.

⁹³ Em nossa perspectiva, a resolução de problemas que compõe a expectativa do eleitor varia conforme a comunidade de comunicação que faça parte.

diplomas pendurados na parede pode convencer o eleitor – que verá, nesse diploma, um índice do preparo para a gestão (independentemente da qualidade do curso ou do formado). O que pode ocorrer também, para o caso de uma candidatura que argumente sua origem humilde como índice do conhecimento das condições de vida dos mais pobres – independentemente do grau de teatralização⁹⁴ em sua proposição –, é esse candidato convencer o eleitorado que busca esse perfil. Ao fim e ao cabo, o eleitor almeja algo que se resuma a um atributo composto (fazer o que eu preciso); os fatores que o levam a interpretar e projetar o futuro do município sob o governo de um candidato em que depositou a confiança são regidos por elementos complexos. Buscaremos detalhar mais o quadro reputacional do carioca nos próximos parágrafos, dedicados às questões orientadas por temas de sondagem. Os dois pontos nodais identificados na sondagem espontânea são reforçados e detalhados pelas questões especificadas por temas aplicados – competência administrativa, competência política, características pessoais e sentimentos que desperta.

3.2.1.3.2 Detalhamento dos pontos nodais

Aplicamos outras questões no roteiro que aprofundaram e detalharam os pontos nodais descritos. A seguir, apresentaremos exposições das questões que foram sondadas para, ao final desse item, apresentar conclusões sobre o quadro reputacional identificado no cenário eleitoral do Rio de Janeiro em 2020.

A segunda questão buscou objetivamente sondar atributos que sejam índice da competência para o exercício do cargo de prefeito (a). Em outros termos, o que seria índice de alguém que “sabe-fazer”. Independentemente do grau de instrução ou da renda familiar dos respondentes, o fator mais argumentado para esse campo é o *conhecimento em administração pública*. Os eleitores entendem que, embora reconheçam a importância de um secretariado potente, um governante deve ser um bom administrador. Entre os entrevistados com ensino superior, esse fator é argumentado como conhecimento em gestão. Entre alguns entrevistados sem formação superior e com renda familiar baixa, a formação em administração pública também é importante. Alguns entrevistados relacionam diretamente a competência para gestão ao fato de o governante ser próximo das pessoas (“saber o que fazer”). No entanto, o atributo que mais indica que um candidato tem competência para resolver os problemas do município é

⁹⁴ Goffman (2012) argumenta sobre a gestão de reputação pela teatralidade, pelo performativo de atributos requeridos em relações face a face em dada comunidade de comunicação.

o conhecimento sobre administração pública, o “saber fazer”. No quadro reputacional do eleitor do Rio de Janeiro, o fator conhecimento sobre políticas públicas é relevante.

Primeiro para ele ter competência ele tem que ter uma noção pública, na gestão financeira e na gestão como um todo. Como é que funciona a máquina pública? Porque muitas vezes ele vem de vereador, ele é deputado, ou senador, ou juiz, e não é nada disso, mas vamos usar um exemplo do governo. O cara era juiz e resolveu ser do governo, entendeu? Então como funciona? Então ele tem que ter conhecimento de gestão (Entrevista em profundidade 6, Rio de Janeiro, mulher, 55 a 70 anos, ensino superior, católica, renda familiar superior a 20 salários-mínimos, Zona Sul).

Eu acho que para ser prefeito eu acho que não é qualquer um que chega lá, ah vou fazer isso, vou fazer aquilo, eu acho que tem que ser uma pessoa que tem que ter estudo, entendeu? Uma pessoa que tem estudo de verdade, um diploma, algum curso, alguma gestão, porque prefeito mexe com economia do Brasil também. Qualquer país, por causa (sic.) do dinheiro público, da saúde, que mexe com economia, alguma coisa assim, acho que tudo teria que ter um pouco de economia, um estudo sobre o assunto, porque qualquer pessoa que se reeleger, vai ficar como que tá sempre (Entrevista em profundidade 20, Rio de Janeiro, homem, 18 a 25 anos, ensino médio, católico, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Comunidade da Zona Norte).

A terceira questão, *competência política*, ou como o governante lida no ambiente político, ou, ainda, a articulação política, foi representada em muitas falas pelo termo “negociação”. Na percepção dos eleitores, um governante idealizado não faz nada sozinho. É preciso articulação política com outras esferas de poder, com outros partidos, com a população. Termos como “diplomacia”, “jogo de cintura” e “busca de consenso” também foram utilizados nas argumentações. A perspectiva dos eleitores para essa questão pode ser traduzida pela modalidade discursiva “poder fazer”. Em face das demandas percebidas, o eleitor considera a modalização “saber fazer” como garantia das realizações – transformações no *mundo percebido*. Mas essa garantia não se mostra suficiente, na medida em que a vontade do governante não é a única que rege a possibilidade de realização das demandas – na visão dos entrevistados, a vontade de outros atores políticos e dos eleitores também precisam ser mobilizadas. E, para isso, o eleitor requer também outra garantia: a vocação de negociador, articulador, do governante – a arte de fazer acontecer. A modalidade discursiva (FIORIN, 2000) “poder fazer” tem a ver, nesse contexto, com a junção do poder de mobilizar aliados com o poder de fazer: a conjunção do conhecimento em gestão pública com a capacidade de convencer outros decisores. Essa conjunção, nos conteúdos discursivos, potencializa as chances de realização, indo além do atributo funcional do conhecimento que, ao não ser posto em prática,

torna-se objeto apenas de contemplação (preparo, experiência, diploma) e não de funcionalidade.

A característica eu vou até contra meus princípios, mas ele tem que ser muito cara de pau, porque ele vai ter que dialogar com o estado e com o governo federal, o Witzel estava vindo bem mas saiu, eu não sei se saiu ou não, mas ele vai ter que dialogar com esses dois níveis de governo e pra ele dialogar ele tem que ser muito cara de pau, porque se ele for de um partido de oposição, as chances dele ter as demandas negativadas são muito grandes, então ele vai ter que rebolar como diz o ditado popular, ele vai ter que ter uma capacidade de dialogar gigantesca. Ele tem que ser muito habilidoso, assim com o senado como o Flavio mesmo o candidato sendo de oposição ele até consegue dialogar, nas câmeras ele parece meio durão, mas você consegue dialogar com ele nos bastidores, mas no governo federal eu acredito que não, vai ter que ser muito bom de lábia (Entrevista em profundidade 3, Rio de Janeiro, homem, 30 a 45 anos, ensino superior, católico, renda familiar superior a 20 salários-mínimos, Zona Sul).

Ele tem que fazer alianças que sem aliança ele não consegue, você viu isso com o Bolsonaro, se ele não fizesse alianças ele não conseguiria governar nada. Saber com quem ele vai alianças (Entrevista em profundidade 24, Rio de Janeiro, mulher, 55 a 70 anos, ensino fundamental, católica, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Comunidade na Leopoldina).

Acho que tem que ter diplomacia, ele tem que ter um bom convívio com todos, uma boa relação, até mesmo pra que as leis que ele criar serem aprovadas, não comprar as pessoas e sim ter um bom relacionamento, independente de partido, independente de política, sem aquela história de você faz isso aqui pra mim em troca disso, hoje em dia política é toma lá dá cá (Entrevista em profundidade 10, Rio de Janeiro, homem, 35 a 45 anos, ensino superior, católico, renda familiar inferior entre 10 e 20 salários-mínimos, Zona Norte).

Na quarta questão, *perfil pessoal idealizado*, os entrevistados revelam a demanda por um governante que apresente características que sejam índices de interação com os cidadãos – que se apresenta como garantia de atendimento das demandas uma vez conhecidas pela interação. A modalidade discursiva “saber o que fazer” é a que rege as impressões sobre o perfil pessoal idealizado e revela duas formas de expressar tais características. Por um lado, os eleitores indicam diretamente a interação governante-eleitor: “fala com todos”; “do povo”; “olhar o próximo” – termos que indicam também proximidade com a realidade vivida pelos respondentes. O eleitor busca, nesses fatores, a garantia de que o governante saberá o que os eleitores precisam. Por outro lado, os entrevistados citam termos da personalidade que podem ser índice de uma relação amistosa e interativa: “comunicativo”; “empatia”; “amigo”; “humanitário”; “honesto”. Nesse segundo aspecto, a modalidade discursiva é outra, também garantidora, na impressão dos eleitores, das realizações demandas: “*querer fazer*”. O eleitor pode estar convicto de que o governante “sabe fazer” (tem preparo intelectual), que “pode

fazer” (tem articulação política), que “sabe o que fazer” (conhece as prioridades dos eleitores), no entanto, ainda assim, teme que falte a vontade de fazer. Com isso, os eleitores buscam índices de empatia no governante idealizado – regidos por fatores afetivos.

Ao meu ver uma pessoa conselheira, amigável, aberta, sem tantos posicionamentos, porque as vezes a gente vê pessoas muito intelectuais, que se consideram acima da média, mas o nosso povo é um povo simples, porque você precisa estar aberto ao diálogo, então ao meu ver o prefeito ou prefeita, porque eu gostaria que fosse uma mulher, só que até agora eu não vejo candidatura de mulher (Entrevista em profundidade 23, Rio de Janeiro, mulher, 55 a 70 anos, ensino fundamental, evangélica, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Comunidade do Centro).

Se ele começar a ir em cada bairro, dar atenção e ver o que está precisando de emergência em cada bairro para poder resolver, eu acho que é tão fácil de resolver, tem muitas coisas que estão engavetadas e é só liberar, esse teria meu voto (Entrevista em profundidade 18, Rio de Janeiro, homem, 30 a 45 anos, ensino fundamental, católico, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Zona Oeste).

Tem que ter seriedade, ele tem que ter foco, determinação, sabe? Ele tem que ser um bom ouvinte e tem que ter empatia pela necessidade do outro, pela dor do próximo (Entrevista em profundidade 8, Rio de Janeiro, homem, 18 a 25 anos, universitário, católico, renda familiar entre 10 e 20 salários-mínimos, Zona Norte).

Tem que ser simpática, honesta, ter uma... eu acho que uma mente aberta para que ela possa acompanhar toda a população; como eu disse, precisa que a pessoa não seja rigorosa ao ponto de “ah não, essa parte da população não existe e o resto a gente dá conta” eu acho que não precisa mais disso no Rio de Janeiro, a gente precisa de uma pessoa que venha com um lado mais humanitário e que venha para ajudar com políticas públicas sérias e é isso. E que venha com uma mente para que a própria população não se rotule porque fica um rotulando o outro, você é isso, você é aquilo... chega disso! A gente precisa de uma pessoa que vai abrir mais a mente de todo mundo, de união, de uma união do político com a população, é isso (Entrevista em profundidade 9, Rio de Janeiro, mulher, 30 a 45 anos, ensino superior, católica, renda familiar entre 10 e 20 salários-mínimos, Zona Sul).

A quinta questão aplicada teve por objetivo sondar elementos mais subjetivos, passionais: *sentimentos* que um governante idealizado deve produzir no respondente. Os dois termos mais utilizados nos fragmentos verbais nessa etapa da sondagem foram “esperança” e “confiança”. Com todas as “provas” indiciais para um governante potencialmente capaz e desejoso de realizar as demandas, o eleitor apresenta os sentimentos que o governante idealizado deve despertar. Esses sentimentos estão voltados para a busca de convicções sobre ganhos futuros. A certeza, a esperança, a confiança de que as realizações serão concretizadas pelo governante selam o quadro reputacional. Nesse sentido, o eleitor, além de buscar atributos

que sejam índice de um governante que transformará o *mundo percebido*, projeta os sentimentos que validam as impressões das provas requeridas. Com isso, com todas as *percepções* sobre provas (“saber fazer”; “poder fazer”; “saber o que fazer”; “querer fazer”), o governante deve produzir fatores *intuitivos*. Assim, por exemplo, um governante com provas requeridas, mas que seja disfórico em sua comunicação, corre o risco de não mobilizar os eleitores por não produzir esperança, confiança.

Ele tem que transmitir toda a confiança para os seus eleitores e para o seu. Ele já dentro do governo eu ter confiança nele. Confiança é a maior característica nesse sentido, tem que ser confiante. (Entrevista em profundidade 4, Rio de Janeiro, mulher, 30 a 45 anos, ensino superior, católica, renda familiar superior 20 salários-mínimos, Zona Sul).

Seria mesmo um que passasse confiança, credibilidade, que está seguro do que está mostrando. Que promettesse e cumprisse, vamos dizer assim. Não mais uns com falsas promessas, mas inicialmente credibilidade, uma imagem positiva e a segurança. (Entrevista em profundidade 15, Rio de Janeiro, mulher, 30 a 45 anos, ensino médio, evangélica, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Zona Norte).

Então, eu acho que as pessoas têm que ver esperança nele, esperança de um sentimento melhor, ele tem que fazer as pessoas acreditarem que é possível. Ele tem que fazer a pessoa acreditar que é possível fazer, e acontecer. Que vai acontecer. (Entrevista em profundidade 14, Rio de Janeiro, homem, 18 a 25 anos, ensino médio, católico, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Zona Oeste).

Nesse sentido os elementos sincrônicos de Abreu (2009) têm papel seminal na relação de candidaturas com o quadro reputacional: gerenciamento de informação (campo lógico) e de relacionamento⁹⁵ (campo subjetivo). Também estão presentes elementos da proposição articulatória em busca de relações hegemônicas em Laclau e Mouffe (2015). O eleitor do Rio de Janeiro, na busca pelas chances de alcançar um *mundo percebido* melhor, pelas mãos de um governante habilitado e sensível às realidades que se apresentam, está atento aos fatores pragmáticos que possam reger os fatos futuros.

⁹⁵ Antônio Suarez Abreu (Abreu, 2009) apresenta sua tese de duplo gerenciamento: razão e emoção na argumentação. O conceito de argumentar seria composto por dois elementos essenciais sincrônicos: convencer e persuadir. Convencer, no sentido de “vencer juntos”, é o componente racional da relação, tem por finalidade gerenciar informações. O segundo é o componente emocional, que tem por finalidade gerenciar o relacionamento do comunicador com os ouvintes.

3.2.1.3.3 A questão ideológica e partidária

Reconhecemos uma ausência na investigação: lugar e papel da dimensão ideológica/partidária⁹⁶ na composição do quadro reputacional. A ausência de questões sobre esse tema é explicada pelas limitações metodológicas – uma vez que o espaço cedido para nossa investigação no roteiro das entrevistas em profundidade foi reduzido, para não atrapalhar o projeto contratado. No entanto, nas sondagens espontâneas acerca das características de governantes idealizados, o tema não apareceu.

Para citar um exemplo sobre a ausência de fatores partidários/ideológicos na perspectiva dos eleitores ao definir o governante idealizado, a depender da comunidade de comunicação que faça parte, avaliamos as respostas de eleitores simpatizantes dos dois lados da polarização que define a política brasileira a partir de 2018. Um dos fatores de categorização dos entrevistados foi a relação com Bolsonaro (aprovação ou reprovação do governo). Os simpatizantes e os reativos a Bolsonaro não apresentaram questões partidárias/ideológicas para a definição do quadro reputacional. Em nossa análise, um dos fatores que explicam essa tendência é a característica personalista do eleitor – em buscar elementos que definem o governante enquanto prioridade das escolhas. Outro aspecto que salientamos é a natureza de nossa investigação: ao perguntar sobre o governante idealizado, as atenções são voltadas para os fatores personalistas – uma vez que não é um partido ou uma ideologia que determina a reputação de quem produz o bem comum. O terceiro aspecto de nossa visada é o fato de que os vetores que determinam os desejos das pessoas pelo bem comum tendem a ser equivalentes. Esses aspectos da relação ideológica foram tratados com mais detalhes e argumentos no capítulo 2.

3.2.1.3.4 O quadro reputacional nas eleições municipais do Rio de Janeiro em 2020

Examinemos o quadro reputacional nas eleições para prefeito (a) no município do Rio de Janeiro em 2020. Temos afirmado com certa repetição o detalhamento de referências sobre o quadro reputacional: cargo, local e período. Isso se faz necessário pois, em nossa visada, nos processos eleitorais, os quadros reputacionais variam conforme o cargo. Entendemos também que o mesmo cargo, em locais distintos, apresenta quadro reputacional diferente – outros

⁹⁶ Entendemos que a questão ideológica é potencialmente regida por comunidades de comunicação, que congregam os sujeitos por identificação e pensamentos políticos comuns.

eleitores, outro mundo percebido, outros processos de construção social. Para um mesmo local e cargo e em momentos diferentes da história, o quadro reputacional pode apresentar variações. Nesse sentido, consideramos importante examinar outras realidades eleitorais – como será apresentado após o exame do Rio de Janeiro. Dessa forma, as conclusões aqui apresentadas são específicas do Rio de Janeiro e carecem de complementos que serão adicionados com o exame de outras realidades.

Com tudo que foi exposto, consideramos que o quadro reputacional nas eleições para prefeito (a) no Rio de Janeiro, em sua exposição resumida, caracteriza-se pelos dois pontos nodais extraídos da sondagem espontânea nas entrevistas em profundidade: *reconhecimento de competências e identificação e articulação*. As modalidades discursivas “saber fazer” e “saber o que fazer” sintetizam o quadro reputacional. Consideramos necessárias algumas lembranças sobre nossa jornada. Em nosso exame, partimos da leitura de elementos principais do *mundo objetivo*, que emoldura a cena cotidiana dos eleitores – ainda que não percebam em plenitude as características do município, a realidade concreta independe de interpretações. Na segunda etapa de nosso exame, em uma perspectiva pragmatista, com apoio da pesquisa qualitativa, analisamos a interpretação dos eleitores acerca do mundo que os cerca. A realidade concreta se apresenta para as portas dos sentidos dos sujeitos, que apreendem significados a partir de interpretações e interações sociais. O *mundo percebido* é fruto dessas apreensões, validadas em um complexo sistema de interações sociais⁹⁷. O *mundo percebido* é fruto da construção social da realidade – que pode apresentar diferenças drásticas na comparação com o *mundo objetivo* (o que não se observou em grande contraste em nosso exame). Nossa terceira etapa retratou a projeção dos eleitores sobre um mundo futuro, transformado por um agente governamental.

3.2.1.4 Rio de Janeiro: mundo prometido

Diante de um eleitor que projeta expectativas de transformações do *mundo percebido* por um governante idealizado, projeção por intermédio de um quadro reputacional construído socialmente, muitas candidaturas buscam técnicas de sedução evocando os poderes da arte e dos artifícios da publicidade aplicada à comunicação política. Uma vasta gama de possibilidades de aplicação de estratégias comunicacionais, também ponderadas por inteligência e recursos financeiros, pode representar um conjunto das campanhas eleitorais. Diante dessas possibilidades, o nosso propósito, nesse item, é buscar padrões que possam

⁹⁷ Como defendido por Mead (MORRIS, 2010).

indicar a intenção de sedução do eleitor pelas campanhas, com elementos presentes no quadro reputacional. Nosso exame contará com o suporte de contribuições científicas e de manuais de design, além da perspectiva semiótica peirceana e da proposição de comunicação política de Charaudeau⁹⁸, para prescrutar as peças em seus elementos cromáticos, tipográficos e de uso das imagens.

A quantidade de candidaturas observada no Rio de Janeiro impõe a necessidade de uma estratégia de categorização. Com o objetivo de organizar essa parte do *corpus*, traçamos algumas estratégias que culminarão na análise propriamente dita das identidades visuais das campanhas – enquanto signos das mensagens enunciadas nas campanhas. A primeira estratégia de organização aplicada considera a performance eleitoral das candidaturas no resultado da eleição. Entendemos que o resultado nas urnas é índice de variados aspectos: tempo de exposição midiática na propaganda eleitoral gratuita; recursos para campanha; articulação política e número de partidos aliados; notoriedade do candidato etc. Por outro lado, a identidade visual se apresenta como “comissão de frente” de tudo que as campanhas se propuseram a comunicar. E as campanhas com boas performances nas urnas, além dos outros possíveis aspectos, podem ter contado com algum grau de competência comunicativa, da qual a identidade visual é signo.

3.2.1.4.1 Análises de identidades visuais das candidaturas: exemplo de exame com uso do quadro reputacional

Organizamos os grupos de candidaturas para análise em três categorias: as que obtiveram até 5% de intenção de voto; as que obtiveram acima de 5%, mas não foram ao segundo turno; e as que foram para o segundo turno. Naquela eleição, estavam registrados 4.858.851 eleitores pelos dados do TSE⁹⁹. Dos que compareceram (67,21% do total dos eleitores¹⁰⁰), 80,75% votaram em um candidato (votos válidos). Voltando à nossa organização: o primeiro grupo é formado por nove candidaturas: Renata Souza – PSOL (3,24% dos votos válidos); Paulo Messina – MDB (2,93%); Bandeira de Melo – REDE (2,48%); Fred Luz – NOVO (1,76%); Glória Heloiza – PSC (0,52%); Clarissa Garotinho – PROS (0,46%); Suêd Haidar – PMB (0,15%); Cyro Garcia – PSTU (0,11%); Henrique Simonard – PCO (0,02%),

⁹⁸ Nos interessa aqui, além de outros temas, a noção de “contrato de comunicação” de Charaudeau (2006).

⁹⁹ Informação extraída da página de consulta do TSE, disponível em: <https://www.tse.jus.br/eleitor/estatisticas-de-eleitorado/consulta-quantitativo>

¹⁰⁰ Todas as informações dos resultados eleitorais foram acessadas na fonte citada na nota anterior.

candidato para o qual não foi possível encontrar material de identidade visual. O segundo grupo é composto por três candidaturas: Delegada Martha Rocha - PDT (11,30%); Benedita da Silva – PT (11,27%); e Luiz Lima – PSL (6,85%). O terceiro grupo inclui dois candidatos: Eduardo Paes – DEM (37,01%) e Marcelo Crivella – REPUBLICANOS (21,90%). No segundo turno, Eduardo Paes venceu com 64,07% dos votos válidos.

A) Primeiro Grupo (votação inferior a 5% dos votos válidos)

Imagem 1: Renata Souza – PSOL



Fonte: Página no Facebook da candidatura.

A identidade visual de Renata Souza é destacada por padrões cromáticos levemente aquecidos¹⁰¹, quebrados por girassóis e um círculo avermelhado que emoldura parte da imagem da candidata. A imagem de fundo representa pontos do município e segmentos de eleitores, uma estratégia clara de representação e indexicalidade por contiguidade¹⁰². No lado esquerdo da imagem, estão representações da natureza, favelas na parte central e áreas turísticas (área direita da imagem) em dois planos: o principal, os Arcos da Lapa – área da boemia carioca –, e, mais ao fundo, em uma montagem de imagens (as cenas não podem ser vistas em conjunto em imagens reais), a Igreja da Penha (ponto turístico da periferia). Em outra representação de ponto turístico, em montagem de imagens, o calçadão de Copacabana é projetado em meio à imagem da favela, como um caminho em direção desses locais – uma proposição de que o

¹⁰¹ Farina, Perez e Bastos (2011) defendem a tríplice função das cores em comunicação visual: impressionar, expressar e construir, a depender das reações de cada sujeito. No entanto, reconhecem que as sensações de calor e frio (cores quentes e cores frias) possuem significados psicológicos e filosóficos. As cores quentes, segundo os autores, derivam do vermelho-alaranjado (ligados a significados de dinamismo, ação, excitação) e as frias, do azul-esverdeado (pureza, fé, honradez).

¹⁰² Santaella e Nöth (2010) defendem o conceito de transmissões sugestivas por contiguidade. Nesse sentido, a campanha apresenta elementos de princípios indexicais de aproximação com elementos reconhecidos pelos eleitores.

propósito do turismo deve prioritariamente aos interesses dos habitantes de comunidades (argumento requerido pelos eleitores).

De forma geral, a peça de divulgação é carente de elementos humanos, de atributos patêmicos – embora a cena seja aquecida pelo amarelo dos girassóis e o avermelhado do filtro das imagens urbanas. A ausência de figuras humanas, representadas apenas pelos locais de moradia, ilustrados por imagens monocromáticas (sobreposição de “filtro” sobre a imagem), imprime simbolismos de artificialidade. O *slogan* “coragem para mudar”, com fonte cursiva¹⁰³ que humaniza a peça, não deixa claro se a candidata tem a coragem ou se indica uma convocação para o voto por aqueles que tenham coragem para promoverem a mudança eleitoral. A leveza da fonte do *slogan* é quebrada pelo estilo mais clássico, em caixa alta e serifa¹⁰⁴, do nome da candidatura.

Imagem 2: Paulo Messina – MDB



Fonte: Página no Facebook da candidatura.

Vereador e ex-secretário com grande poder no governo Crivella, Paulo Messina apresenta identidade visual simples, com traços que apresentam quebra com a horizontalidade e a aplicação da cor amarela que aquece a cena sem, no entanto, expressar elementos patêmicos de humanização com eleitores ou representações de promessas. Com ausência de *slogan*, o nome do candidato é emoldurado por um quadrado com uma protuberância no encontro entre o vértice esquerdo e o inferior, indicando um balão de mensagens, próprio da linguagem de histórias em quadrinhos – o que pode projetar a ideia de diálogo (um dos elementos valorizados pelos eleitores). O nome do candidato é apresentado em caixa alta, em fonte sem serifa¹⁰⁵ – o

¹⁰³ O que denominamos aqui de “fonte cursiva” é apresentado tecnicamente como “fontes artísticas” Hochuli (2013) que, segundo o autor, têm origem na Alemanha depois da Primeira Grande Guerra, criadas por designers tipográficos daquele país. Para Hochuli, essas fontes, ao serem aplicadas em textos curtos, podem expressar um “efeito surpresa” na ação comunicativa. No entanto, apresentam também alguma dificuldade de legibilidade.

¹⁰⁴ Para Hochuli (2013), as palavras em caixa alta (maiúsculas) apresentam melhor visibilidade.

¹⁰⁵ Farias (2013) recupera historicamente o surgimento das fontes e indica o surgimento das não serifadas no início do século XIX. As fontes sem serifa são consideradas mais modernas e arrojadadas. As serifadas, mais clássicas.

que confere um formato mais leve para a grafia –, com destaque em tamanho e negrito para o sobrenome. O destaque da foto é a candidatura da vice, Sheila Barbosa, representando o imaginário de diversidade pela presença de uma participação negra na chapa.

Imagem 3: Bandeira de Melo – REDE



Fonte: Página no Facebook da candidatura.

A identidade visual da imagem que anuncia Eduardo Bandeira de Melo deposita toda a estratégia na figura estilizada do objeto a que o seu sobrenome faz referência. O movimento recorre a uma ligação semântica óbvia de uma bandeira, sendo representado na imagem de fundo, em primeiro plano (em azul) e na letra “B” do logotipo de campanha, que representa o sobrenome “Bandeira”. O *slogan* “O Eduardo Certo!” simula um letramento com fontes variadas¹⁰⁶, uma possível tentativa de expressar, pela variação, a indicação da representação de diversidades. O *slogan* faz referência também a um embate direto com o líder das pesquisas e ex-prefeito Eduardo Paes – que resulta sugerido na mensagem como o “Eduardo errado”. A identidade visual de Bandeira de Melo carece de muitos elementos patêmicos e a mensagem central (o Eduardo certo) não indica nenhuma representação objetiva para as demandas apontadas pelos eleitores – a não ser a tentativa de buscar o eleitor que rejeitava o ex-prefeito.

Imagem 4: Fred Luz – NOVO



Fonte: Página no Facebook da candidatura.

¹⁰⁶ Hollins (2016) indica a origem da aplicação de fontes variadas nos anos 1980 com inspiração da cultura punk. O formato se notabilizou pela revista de “cultura de estilo” *The Face*.

A aposta de Fred Luz foi partidária – a representação do Partido NOVO enquanto novidade no mundo político. Ao nome do candidato, para potencializar a associação com o partido, na letra “F” foi aplicado o mesmo detalhe utilizado na letra “N” da marca do NOVO. As cores do partido são as que predominam na identidade visual. A foto do candidato está posicionada entre uma cor fria (azul) e outra quente (laranja) – uma transição do disfórico ao eufórico, com uso simbólico do sobrenome: mais “luz”.

Imagem 5: Glória Heloiza – PSC



Fonte: Página no Facebook da candidatura.

A cor rosa é predominante na identidade visual da candidatura do Partido Social Cristão – artifício conservador da representação feminina. A imagem de fundo ilustra momentos da candidata em uma montagem de cenas que mesclam fotos em que está sozinha, com uma pessoa ou com várias pessoas. A representação de figuras humanas é aplicada no segundo plano com uso de “película”, o que artificializa as imagens – forma monocromáticas que são índices de imagens antigas. A foto da candidata ocupa pouco espaço no enquadramento, sem boa representação de primeiro plano – dando certo protagonismo para as interações com eleitores nas imagens de fundo. Embora com o filtro que produz alguma disforia na cena, a campanha procurou argumentar, com as imagens de fundo, a proximidade com as pessoas, valor muito presente no quadro reputacional. O nome da candidata é apresentado com letras bastonadas (traços arredondados e modernos sem variações de espessuras entre as letras, com exceção do “i” e do “l”), indicativo de leveza e modernidade, em que apenas as iniciais estão em letras maiúscula. A representação de um coração emoldura a imagem estilizada do Cristo Redentor, principal ponto turístico do município – uma representação em duas frentes simbólicas na associação do coração, símbolo do amor e do Cristo: o amor ao Rio e o amor a Cristo, a relação com o município e a contiguidade com o cristianismo, enquanto candidata do Partido Democrático Cristão. A identidade visual não apresenta *slogan* e não indica representações diretas de soluções para as demandas pelos eleitores.

A identidade visual da candidatura de Clarissa Garotinho apresenta uma variedade de possibilidades sógnicas, a começar pelo fundo branco do quadro que contém os elementos tipográficos – a escolha cromática tem simbologias de transparência¹⁰⁷. O nome da candidata apresenta um efeito radial (do azul ao laranja) que representa, de forma estilizada, uma imagem solar – o que reforça a simbologia de transparência¹⁰⁸. As tipografias bastonadas e arestas arredondadas conferem simbologias de modernidade – o adereço gráfico que ornamenta os dois “esses” do nome da candidata faz referência ao Pão de Açúcar, ponto turístico do município. O número da candidata (90) é inscrito em um círculo alaranjado, que, em linha com outras referências na peça, remete à imagem solar. O termo Rio de Janeiro, nome do município, é representado com fonte de traços livres, que remetem a simbologias de criatividade – a coloração do nome do município está em degradê horizontal, do azul em tom escuro até o amarelo, como que iluminado pelo sol que também aquece a cena da foto.

Imagem 6: Clarissa – PROS



Fonte: Página no Facebook da candidatura.

O *slogan* da campanha, “uma nova história”, parece ter uma dupla função: a) a promessa de um novo mundo percebido; e, b) a promessa de uma nova história da família Garotinho – que conviveu com duas prisões (Anthony Garotinho e Rosinha Garotinho, pais de Clarissa) nos anos que antecederam a eleição de 2020. A peça tem poucos elementos patêmicos e se apresenta com preocupação adicional com a gestão reputacional da candidatura em face dos escândalos que envolveram a família Garotinho. Nesse sentido, os elementos de sedução eleitoral (Prefeitura do Rio de Janeiro) parecem ter ficado em segundo plano – e os elementos do quadro reputacional não receberam devida atenção.

¹⁰⁷ Farina, Perez e Bastos (2011) avaliam que o branco é a cor “mais intensa e irritante”. No campo afetivo, segundo os autores, é a cor do vazio interior, da carência afetiva, da pureza, da inocência.

Imagem 7: Suêd Haidar – PMB



Fonte: Página no Facebook da candidatura.

A identidade visual da campanha de Suêde Haidar, do Partido da Mulher Brasileira, usa o azul e o rosa como cores predominantes. O azul faz referência às cores do partido (em escalas de azul). Já o rosa é a cor da representação conservadora do gênero feminino. A gramática visual aplicada não faz nenhuma referência direta ao município ou aos eleitores – a estratégia discursiva apresenta escassez de elementos patêmicos. O primeiro nome, Suêde, ganha destaque com cor branca aplicada no quadro azul – a fonte sem serifas e com bordas arredondadas, com afastamento entre as letras que favorece a leitura, confere simbologias de leveza e modernidade. O sobrenome, com letras cursivas em cor rosa, em contraste com a forma e o tamanho do primeiro nome, ganha menos protagonismo – parece intencional a opção de dar mais destaque para o primeiro nome. O *slogan* “Suêde é Rio” parece indicar um duplo endereçamento de sua função. Diante da possibilidade (ou tentativa) de comunicar uma contiguidade de importância, relevância e conhecimento, em que Suêde e Rio se equivalem em proporções para esses atributos – o que se apresenta demasiadamente pretensioso para uma candidatura sem protagonismos em eleições no Rio de Janeiro –, o slogan omite a preposição de orientação “para” (Suêde é para o Rio, para atender demandas, para trabalhar em prol do município) e a preposição de origem (Suêde é do Rio, mora e trabalha no município). A omissão das possíveis preposições não promoveu ganho expressivo no campo patêmico, na lógica discursiva ou no *ethos* da candidatura.

Imagem 8: Cyro Garcia – PSTU



Fonte: Página no Facebook da candidatura.

As cores predominantes da identidade visual da campanha de Cyro Garcia são vermelho e o roxo¹⁰⁹. O vermelho, com maior destaque, é a expressão clássica das proposições de esquerda e a cor que emoldura o logotipo do partido do candidato (PSTU). O nome do candidato é escrito com fonte sem serifa e com bordas arredondadas levemente inclinadas e sem espaçamento entre as letras – características tipográficas que diminuem a visibilidade do texto. O nome e o sobrenome, “Ciro” e “Garcia”, são aplicados em tamanhos diferentes – o que parece atender duas funções: a estética, em que os termos são apresentados com a mesma largura; e a predominância do nome em detrimento do sobrenome. O número do candidato (16) ganha destaque pelo menor protagonismo e visibilidade das fontes aplicadas ao nome. O *slogan* “Alternativa socialista e revolucionária” é apresentado em duas versões. Na primeira versão, como imagem de fundo da foto do candidato e dos elementos tipográficos, o *slogan* é apresentado de forma reduzida: “Alternativa socialista”. Nessa versão, a fonte é aplicada sem cor e com contornos em linha branca sobre as cores vermelha e roxa, que funcionam como filtro das fotografias que compõem a peça. No lado esquerdo, com filtro roxo, está a imagem da bandeira do partido agitada em uma cena cotidiana. No lado direito, compondo a maior proporção da peça, com filtro vermelho, a foto de trabalhadores equipados com capacetes. A aplicação do *slogan* na versão reduzida, “alternativa socialista”, contextualiza o discurso clássico marxista da prevalência do discurso político voltado para causa operária. A outra aplicação do *slogan*, em versão completa, destaca a primeira parte “alternativa socialista” e, com tamanho menor e cor amarela (sem destaque para o fundo vermelho), o termo “revolucionário” – a promessa de uma revolução foi apresentada de forma secundária. A primeira parte do *slogan* parece atender uma dupla função: a) uma alternativa socialista em face

¹⁰⁹ Para Farina, Perez e Bastos (2011), o vermelho, a cor com mais conotações indica o Salvador (cristianismo), proibição e revolução (política). No campo afetivo, indica dinamismo, força, conquista, paixão. Na avaliação dos autores, o roxo (de *russeus* no latim, ou “vermelho carregado”) tem associações afetivas com fantasia, mistério, espiritualidade.

dos candidatos “não socialistas”; e b) dentre outras proposições socialistas (candidaturas de esquerda), uma opção oferecida por Cyro Garcia. O discurso contíguo às proposições de esquerda, em baixa potência articulatória com parte expressiva do eleitorado apresenta impacto patêmico reduzido em face do quadro reputacional examinado.

B) Segundo grupo (mais de 5% dos votos válidos, sem acesso ao segundo turno)

A identidade visual de Martha Rocha (**Imagem 9**) apresenta conjunto expressivo de simbologias, a começar pelo símbolo que emoldura o número de campanha e do partido (12, número de registro do PDT) – a ilustração representa um distintivo policial, referência ao cargo de delegada da candidata. Essa representação gráfica traz uma contradição na cena política brasileira no período daquela eleição: de um lado, o símbolo (e o cargo de delegada) tem poder patêmico para o eleitor bolsonarista, por outro lado, o número doze faz referência ao Partido Democrático Trabalhista, de proposição centro-esquerda, liderado nacionalmente por um dos opositores mais ferrenhos de Bolsonaro, Ciro Gomes. Essa contradição pode, de alguma forma, ter freado tanto bolsonaristas – ciosos defensores do voto em policiais e militares – quanto eleitores propensos ao voto em candidaturas de esquerda, reativos a qualquer aproximação com o bolsonarismo. Ainda que a segurança seja um drama do carioca, não obstante o fato de ser responsabilidade do governo estadual, uma referência a esse tema tende a produzir frutos eleitorais independentemente da tendência ideológica do eleitor. A tipografia aplicada ao nome e sobrenome da candidata é de fonte sem serifa, com diferença de tamanhos: o sobrenome “Rocha” tem destaque acentuado, embora o nome da candidata, que exerce o cargo de deputada estadual e foi secretária estadual de segurança, sempre foi expresso conjuntamente com o sobrenome. O discreto destaque para “Rocha”, além de atender uma função estética (a mesma largura para o nome e sobrenome), evidencia simbologias de firmeza, coragem, força. O termo “delegada”, em fonte aplicada com caixa alta, é emoldurado por um retângulo branco, destacado pelo fundo azul – tanto o distintivo quanto o retângulo branco, que circundam o nome da candidata em um mesmo formato de exposição (emoldurando informações tipográficas), apontam para o tema da segurança, demanda expressiva dos munícipes – independentemente da atribuição governamental a que está vinculada.

Imagem 9: Martha Rocha – PDT



Fonte: Página no Facebook da candidatura.

O candidato a vice-prefeito Anderson Quack ganha destaque na peça e representa contrastes com a candidata em uma representação de diversidade: homem, negro, com vestimenta simples. A peça é emoldurada por um quadro azul escuro, que propicia destaque para os ornamentos estéticos em cor branca, que representam pontos turísticos do município. O *slogan* “coragem para fazer diferente” traz simbologias de atributos pessoais (representados nas referências ao cargo de delegada) e de atributos funcionais (o fazer de uma forma distinta). A peça, em seu conjunto, traduz elementos encontrados nas demandas apresentadas pelos eleitores nas entrevistas em profundidade – “poder fazer” (a coragem, embora com a omissão do atributo de articulação), “saber fazer” (tem uma forma diferente) e “saber o que fazer” (a representação de diversidade da chapa traz simbologias de acesso a todos os eleitores).

Imagem 10: Benedita – PT



Fonte: Página no Facebook da candidatura.

A cor amarela está aplicada com predominância na identidade visual da campanha de Benedita da Silva (**Imagem 10**). Cabe salientar que, em algumas aplicações da peça, as formas sofreram alterações nas cores (como, por exemplo, na aplicação de fundo vermelho, estrela

amarela e letras brancas). Na aplicação do amarelo como fundo da imagem, uma outra questão desfavorece a peça: a cor da vestimenta da candidata, também em amarelo, não é destacada – a imagem da face “deslocada” do corpo pode produzir alguma estranheza para os observadores. A fonte aplicada em formas cursivas, ao custo de uma visibilidade reduzida, dá leveza à peça e imprime simbologias de criatividade. A inicial do nome, letra “B”, é aplicada com artifícios artísticos em uma representação do número do Partido dos Trabalhadores (13). A polarização que tomou o Brasil a partir das eleições de 2018, entre o bolsonarismo e o petismo, passava por uma transição em meio ao processo eleitoral para outra polarização: bolsolarismo-lulismo. O PT ainda sofria com ataques, sem uma representação personalista para defender suas bandeiras políticas. A comunicação de Benedita da Silva não se mostra proativa no embate polarizado: a estrela discreta e o “13” estilizado são índices de uma defesa discreta dos ideários petistas. Além disso, a ausência de representações de símbolos do município ou dos eleitores desloca qualquer efeito patêmico que a candidatura pudesse alcançar. Curiosamente, as cores predominantes adotadas (amarelo como imagem de fundo e vermelho da aplicação tipográfica) fazem parte de uma tradição, abandonada nessa campanha do Rio de Janeiro, das candidaturas do PSOL – o que parece uma estratégia petista de recuperar o eleitorado de esquerda no município, conquistado nas últimas eleições pelo protagonismo psolista.

Luiz Lima (PSL), defensor de Bolsonaro e filiado ao partido com o qual o presidente foi eleito, traz, em sua identidade visual (**Imagem 11**), representações simbólicas de contiguidade com o governo federal. Primeiramente, cabe destacar as referências à bandeira do Brasil na predominância das cores azul, verde e amarelo, destacadas nas aplicações tipográficas, e o branco aplicado na imagem de fundo. O número 17, que notabilizou a campanha de Bolsonaro, é o maior destaque tipográfico da peça. A fonte aplicada dá destaque para dobras estilizadas, representações de flâmulas e simbologias institucionais. Com o apoio declarado de Bolsonaro à reeleição de Marcelo Crivella, restou a Luiz Lima os artifícios da contiguidade – que garantiram a terceira posição da disputa para uma candidatura pouco expressiva na história eleitoral do município, deixando para trás candidatos mais conhecidos.

Imagem 11: Luiz Lima – PSL



Fonte: Página no Facebook da candidatura.

A identidade visual da campanha de Luiz Lima apela para dois eixos discursivos: a representação ideológica do bolsonarismo e a projeção da modalidade discursiva “poder fazer”, simbolizada pela associação e relação com uma esfera governamental potencialmente capaz de produzir ganhos futuros para o eleitor. Em seu slogan “o Rio tem opção”, além de indicar a candidatura como alternativa, faz referência e oposição, no conjunto da articulação discursiva, à outra opção bolsonarista com índices expressivos de rejeição: Marcelo Crivella. A mensagem de Luiz Lima é direcionada para os simpatizantes de Bolsonaro: “o Rio tem uma outra opção bolsonarista” – uma convocação eleitoral que apela tanto para fatores ideológicos quanto para a articulação com uma importante esfera de poder capaz de produzir ganhos futuros para o eleitor.

C) Terceiro grupo (candidaturas que foram para o segundo turno)

Eduardo Paes (DEM), ex-prefeito do município, antecessor de Marcelo Crivella em dois mandatos consecutivos, apostou, durante a campanha, no legado de suas gestões e se defendeu de acusações pela proximidade com o ex-governador Sérgio Cabral, preso pela operação Lava Jato. Com o benefício do conhecimento (nome e realizações), a identidade visual da campanha de Eduardo Paes (**Imagem 12**) apela para a simplicidade, com minimalismo na aplicação de formas e tipografias.

No primeiro plano, destaca-se a imagem de Eduardo Paes sorridente, presente em cena cotidiana (a única dentre as identidades visuais examinadas a utilizar esse artifício), acenando com uma das mãos. No segundo plano, figuras populares que parecem seguir o candidato, alguns portando bandeiras da campanha. Mais ao fundo, emoldurando a cena, residências com tijolos à mostra (em tons avermelhados que aquecem a cena), sem embolso, em uma representação simbólica da aproximação da candidatura com camadas mais populares do município. A contiguidade cênica apresenta forte representação patêmica, em alinhamento com

as demandas diretas e indiretas, indicadas por modalidades discursivas apresentadas nas entrevistas em profundidade.

Imagem 12: Eduardo Paes – DEM



Fonte: Página no Facebook da candidatura.

Nome e número do candidato são expostos no canto superior direito da peça (de forma discreta, necessidade compatível com o conhecimento que o candidato detém), com leve destaque para o tamanho da fonte aplicada no sobrenome: Paes. A fonte, aplicada em caixa alta, em cor branca emoldurada por um retângulo azul, levemente angulada, não apresenta dificuldade na visibilidade. O *slogan* da candidatura: “É mais que trabalho. É amor pelo Rio”, embora com algum prejuízo para a dimensão sintática (na visualidade tipográfica), apresenta relações simbólicas potentes nas dimensões¹¹⁰ semântica (significados atribuídos à forma) e pragmática (indicativos para interpretações acerca de fatos futuros). As letras cursivas do *slogan* são aplicadas com efeito gráfico que simboliza a escrita na lousa – representação de signos relacionados com a educação. A relação com a área da educação atende tanto as demandas diretas, dos alunos e pais de alunos, quanto aos eleitores que têm, nessa área, a solução para os problemas socioeconômicos do município. O conteúdo semântico indica elementos potentes em face do requerido pelos eleitores nas entrevistas qualitativas. Em uma relação entre o passional e o racional, dois elementos são apresentados hierarquicamente: o “trabalho”, regido pelo “amor” ao Rio. Enquanto o atributo “trabalho” responde a todas as demandas descritas nas entrevistas pelas modalidades discursivas funcionais (“saber fazer”; “poder fazer”), o sentimento “amor” indica as modalidades relacionadas ao propósito de quem faz (“saber o que fazer”; “querer fazer”). Independentemente dos resultados das urnas, e sem uma tentativa de estabelecer relações de causa-efeito, o que dependeria de avaliações mais

¹¹⁰ Farias (2016) argumenta a perspectiva triádica de Charles Morris a partir de sua interpretação da obra de Charles Peirce.

profundas sobre a reação dos eleitores às ações comunicativas, a identidade visual da campanha de Eduardo Paes, dentre as examinadas, é a que mais responde aos elementos que compõem o quadro reputacional descrito nas entrevistas em profundidade.

Imagem 13: Crivella – REPUBLICANOS



Fonte: Página no Facebook da candidatura.

A candidatura de Marcelo Crivella investiu pesadamente na relação com o bolsonarismo. O primeiro plano da peça apresenta o sobrenome “Crivella” em caixa alta na cor verde, levemente inclinada – sem prejuízo para a visibilidade. O número de campanha (10), em amarelo, e o fundo azul complementam o padrão cromático que faz referência à bandeira do Brasil. Uma barra acima do termo “Crivella” reforça a referência cromática ternária. O nome da candidata a vice-prefeita, Andréa Firmo, ganha destaque em fonte aplicada com caixa alta e cor branca – ao lado esquerdo do nome, o termo que indica o cargo militar (tenente-coronel).

A imagem do candidato, em uma montagem cênica, é acompanhada da imagem da candidata a vice-prefeita e do presidente Jair Bolsonaro. As vestimentas formais reforçam simbolismos institucionais (ligações entre poderes) e vínculo de Crivella com o segmento evangélico – na figura de bispo licenciado da Igreja Universal do Reino de Deus. A cena é emoldurada por uma foto em que aparece o Pão de Açúcar (ponto turístico do município) e outros pontos, incluindo o outro lado da Baía da Guanabara, território de municípios do leste fluminense. A representação do município é parcial, com certo distanciamento produzido por foto aérea sem protagonismo de figuras humanas. O destaque para um ponto turístico e com partes dos bairros de Botafogo e Urca – redutos de classe média-alta do Rio de Janeiro – não cria vínculos com a grande massa de eleitores moradores de bairros periféricos do município. Considerando uma candidatura à reeleição, que busca, nas expectativas de continuidade, a força eleitoral, a identidade visual da campanha de Crivella não contribui para o diálogo com os

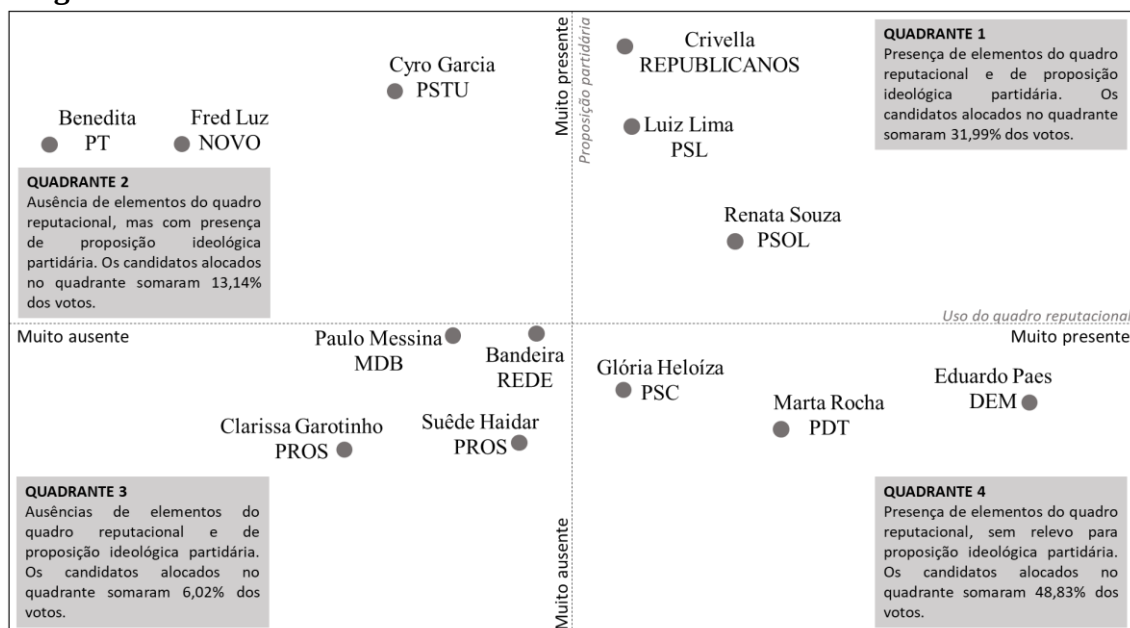
eleitores, seja pelas características requeridas no quadro reputacional ou pelas críticas direcionadas ao seu governo. A aposta de Crivella foi nos ganhos futuros providos pela relação institucional com Bolsonaro – além das relações ideológicas promovidas pelos posicionamentos do Presidente.

3.2.1.4.2 Rio de Janeiro: considerações finais acerca das identidades visuais

O que está em jogo em uma campanha para o governo municipal no Rio de Janeiro? Partimos dessa questão para colocar em tela possíveis objetivos de palanques municipais. A vitória da candidatura nem sempre é o principal objetivo – para algumas, as convicções sobre as chances de derrota são superlativas. Mas, afinal, quais seriam os propósitos de uma candidatura que não vislumbra as chances de vitória? Sem a pretensão de uma explicação formal sobre os objetivos de cada candidatura, o que careceria de investigações que fogem ao propósito da tese, partidos têm, nas eleições municipais, outros objetivos, como, por exemplo, formação de bancada na Câmara Municipal, defesa de bandeiras ideológicas enquanto contribuições para a cena nacional e antecipações de campanhas de deputados e senadores.

Colocamos essa questão como extensão da análise das identidades visuais. Observamos, em algumas candidaturas, a aplicação de estratégias comunicacionais que evocam o quadro reputacional, na tentativa de argumentar a candidatura mais indicada para a transformação do *mundo percebido*. Para outras identidades visuais, identificamos outros possíveis propósitos – as estratégias comunicativas, dessa forma, são ajustadas a outras referências. Para o nosso exame final sobre as aplicações de identidades visuais, enquanto representantes de conteúdos propositivos produzidos pelas campanhas, propomos dois eixos avaliativos: proposição partidária (ideológica) e uso do quadro reputacional (proposição eleitoral para o governo municipal). O primeiro eixo representa a atenção dada pelas peças para a defesa de flâmulas partidárias e ideológicas (de esquerda, centro ou direita). O segundo eixo representa a atenção argumentativa dada ao propósito eleitoral aplicado à disputa ao governo municipal, em que o quadro reputacional, exposto por nós, tem papel fundamental na definição do voto. Os dois eixos são representados na **Figura 2** em quatro quadrantes, em que as candidaturas são posicionadas, conforme nosso exame, considerando a força do argumento presente nas identidades visuais.

Figura 2 – Posicionamentos das identidades visuais dos candidatos do Rio de Janeiro



Fonte: elaborado pelo autor.

A **Figura 2** não tem por objetivo representar matematicamente, em graus de aproveitamento nas medições nos eixos avaliados, a posição das campanhas em face do que foi avaliado nas identidades visuais – nossa intenção, com esse alerta, é desassociar a imagem de possíveis leituras cartesianas. O quadro apresentado é apoio explicativo para nossa leitura acerca dos resultados, e não é elaborado com nenhum critério matemático. A posição das candidaturas representa nossa interpretação sobre a posição das identidades visuais no que se refere a distâncias e aproximações conceituais com os fatores ideológicos/partidários e com o quadro reputacional que descrevemos no exame das entrevistas em profundidade.

A partir dessa nossa visada, ao reconhecemos as identidades visuais como índice da estratégia comunicacional aplicada nas variadas ações das campanhas, observamos que os conteúdos que se aproximam (com maior ou menor grau) dos elementos que caracterizam o quadro reputacional, representados pelas candidaturas alocadas no primeiro e quarto quadrantes, foram os que performaram melhor nos resultados eleitorais – a soma dos votos alcançados por essas candidaturas chegou a 80,82% dos votos válidos. Mais uma vez, cabe aqui uma ponderação: não estamos afirmando, com isso, as relações de causa-efeito, pois essas carecem de uma avaliação mais apurada que pudesse comprovar as possíveis correlações entre

reação dos eleitores às peças comunicativas e as razões do voto – o que não foi, definitivamente, o propósito de nosso exame.

Ao apontarmos a força que os elementos do quadro reputacional parecem indicar, não desconsideramos a influência das proposições partidárias/ideológicas. Em nosso exame, o primeiro quadrante indica as candidaturas que argumentaram elementos partidários/ideológicos (com maior grau) e elementos do quadro reputacional (com menor grau) – somados, esses candidatos alcançaram 31,99%. Já os candidatos que posicionamos no segundo quadrante, com baixa (ou nenhuma) representação dos elementos do quadro reputacional e forte incidência argumentativa de elementos partidários ideológicos, alcançaram 13,14%. Uma reflexão sobre essa leitura é que a potência eleitoral das candidaturas que trabalharam elementos do campo partidário/ideológico (primeiro e segundo quadrantes), observada a partir da soma dos votos alcançados (45,13%), é bastante relevante para o Rio de Janeiro.

Essa comparação entre abordagens comunicativas nas proposições partidárias/ideológicas e o uso dos elementos do quadro reputacional, sobretudo na convergência observada no primeiro quadrante, é também indicativo de uma modalidade discursiva convergente: *modo de fazer*. Embora não tenha feito parte de nosso exame, o voto ideológico, como salientamos, está presente nas escolhas eleitorais. Se, por um lado, as questões partidárias distinguem, separam, segregam os eleitores em nichos, por outro, os desejos dos eleitores (retratados nas entrevistas em profundidade) por um governante que, ao saber-fazer e saber-o-que-fazer, atenda as prioridades são unidos por um interesse comum. As proposições partidárias/ideológicas vão além do simplesmente fazer, elas apregoam um fazer de um certo modo, com um modelo, que represente propósitos de um partido. Por exemplo, proposições sobre educação podem ser argumentadas como fonte do desenvolvimento pessoal alcançada pela meritocracia (abordagens conservadoras) ou enquanto instrumento de transformação social (abordagens liberais) – e, para os dois casos, as propostas técnicas para a educação são bem recebidas e as interpretações sobre os possíveis efeitos, apreendidas conforme expectativas de cada perfil de eleitor. Ainda que os objetivos sejam os mesmos, as proposições partidárias/ideológicas podem afastar os eleitores simpatizantes de uma outra flâmula política. Com isso, as proposições de candidaturas que se dedicam mais ao quadro reputacional (características imaginadas sobre quem faz) e menos (ou nenhuma) às proposições partidárias/ideológicas apresentam discurso mais potente no que se refere à articulação.

Conforme já explicitado, o eixo central de nossa tese é que a relação dos eleitores com o mundo objetivo e as conseqüentes interpretações, interações e a elaboração mútua do mundo

percebido formam o quadro reputacional – portanto, valor construído socialmente utilizado para julgar candidaturas a prefeito (a). Nosso exame das identidades visuais apresenta-se como um dentre muitas possibilidades de produção da comunicação política e midiática. Assim, é possível, a partir da revelação do quadro reputacional, examinar o discurso da imprensa sobre as candidaturas e compreender em que medida os conteúdos impactam nas reputações eleitorais. De igual forma ocorre com o exame dos conteúdos da “voz cidadã”, nos termos de Charaudeau (2012), nas redes sociais. A avaliação do discurso de líderes religiosos, por exemplo, poderia ser também uma aplicação vigorosa sobre como uma candidatura atende ao quadro reputacional para algumas comunidades de comunicação.

O que argumentamos aqui, lembrando aos leitores sobre o que nos motivou nesse exame das identidades visuais, é que identificamos elementos do quadro reputacional construído socialmente nas campanhas que protagonizaram a disputa. Essa conclusão, independentemente de como as decisões sobre o uso desses elementos se dão, para a nossa visada, é índice de interações das candidaturas com os eleitores – seja pelos mecanismos técnicos das pesquisas de opinião ou, até, a partir das interações intersubjetivas das candidaturas (e dos grupos políticos) com eleitores.

3.2.2 Paty do Alferes: exame para busca de contrastes e padrões

O propósito dessa avaliação é comparativo. Ainda que as realidades sociais dos dois municípios sejam diferentes, buscamos padrões acerca da presença de quadro reputacionais enquanto referências para o julgamento eleitoral. A análise dos dados de Paty do Alferes, nos quatro eixos de análise que propomos, apresenta-se como um expediente de segurança contra a possibilidade do quadro reputacional ser exclusivo de uma realidade social apenas.

3.2.2.1 Paty do Alferes: mundo objetivo

Diferente da capital, Paty do Alferes não foi matriz de desmembramentos territoriais – ao contrário, até 1987 fazia parte do território do município de Vassouras (protagonista da era cafeeira que potencializou o Vale do Paraíba fluminense). A formação do nome “Paty do Alferes” remonta a dados patrimoniais e características da vegetação local.

A penetração na área do atual município de Paty do Alferes teve origem nas primeiras explorações que visavam a transpor a serra do Mar, com a abertura do Caminho Novo do Tinguá no século XVII. Os tropeiros que subiam o rio

das Mortes em direção a Sacra Família do Tinguá fixaram o ponto de passagem em pequena várzea. O sertanista Garcia Rodrigues Paes se deparou com as terras de dois alferes de ordenança, Leonardo Cardoso da Silva e Francisco Tavares, no “sertão bravio da serra acima”. Conhecidas na época como “roça do alferes”, nelas havia grande quantidade de patis – palmeiras de pequeno porte. Daí o nome atual (TCE/RJ-Paty do Alferes, 2019, p.7).

Paty do Alferes, com vocação agropecuária até os dias atuais, tem, em sua formação histórica, a busca por uma cultura produtiva que promoveu figuras influentes no Império.

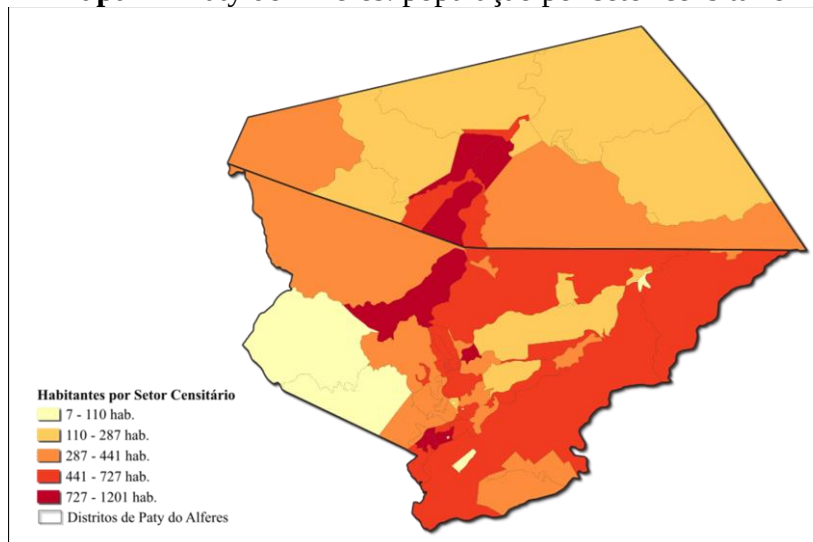
Essas terras férteis, banhadas pelo ribeirão de Ubá e o rio do Saco, primeiro acolheram o plantio da cana-de-açúcar. Um século depois, o café viria brotar, fazendo nascer também uma aristocracia rural formada por nobres ligados à Corte, como o visconde de Ubá, o barão de Capivary e o barão de Guaribu, dentre outros (TCE/RJ-Paty do Alferes, 2019, p.7).

A formação de Paty do Alferes contribui com marcos importantes para a história brasileira:

Elevada ao posto de vila em 1820 pelo rei de Portugal, dom João VI, com a consequente emancipação dada por alvará de 4 de setembro daquele ano, Paty do Alferes continuou crescendo apenas dentro dos limites das grandes fazendas e não houve interesse pelo desenvolvimento urbano. Quando a sede foi transferida, em 1833, para a vila de Vassouras, a nobreza rural patiense permaneceu atuando ativamente na política. Nesse período, ali viveu o líder negro de escravos Manoel Congo. Ele reuniu sob sua liderança escravos amotinados fugitivos de diversas fazendas da região, tendo sido preso e enforcado em 1839. Durante um século e meio, Paty do Alferes permaneceu como distrito de Vassouras, até 1º de janeiro de 1989, quando o município foi instalado, em função da edição da Lei nº 1.254, de 15 de dezembro de 1987 (*Ibidem*).

A população de Paty do Alferes, pelo censo do IBGE (2010), foi contabilizada em 26.359 e a densidade populacional em 82,68 habitantes por quilômetro quadrado. Os dois distritos que compõem o município têm poucos setores censitários com alta densidade populacional.

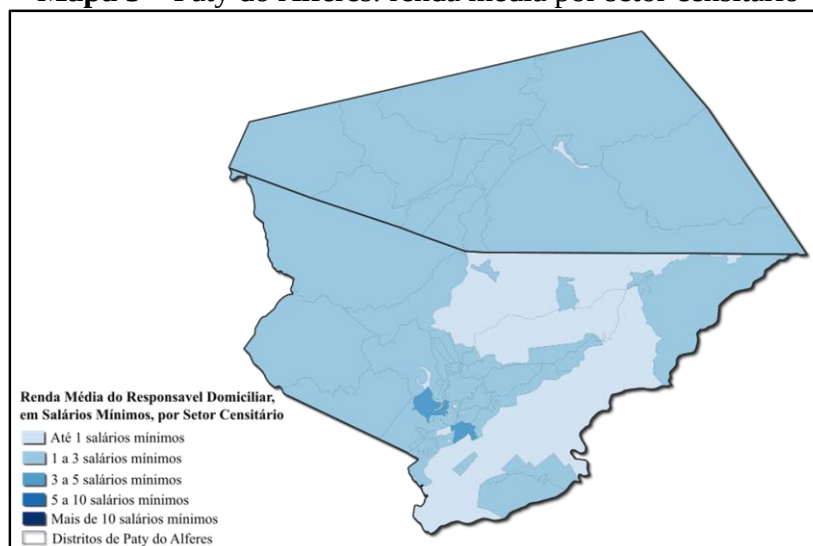
Mapa 4 – Paty do Alferes: população por setor censitário



Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados do IBGE, Censo 2010.

O mapa de renda indica padrão médio uniforme, com destaque para alguns setores rurais caracterizados por renda média do chefe do domicílio com até um salário-mínimo.

Mapa 5 – Paty do Alferes: renda média por setor censitário

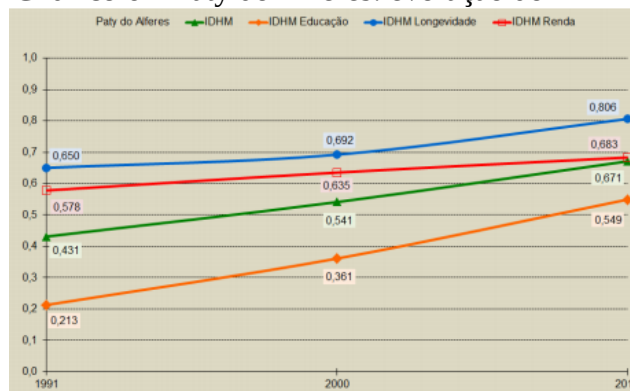


Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados do IBGE, Censo 2010.

Os dados analisados pelo Tribunal de Contas do Estado, (TCE-RJ, Paty do Alferes, 2019), indicam que o índice de abastecimento de água no município é de 69,06% – com 46,21% de perna na distribuição. Os indicadores do IDHM (Índice de Desenvolvimento Humano

Municipal) apresentaram crescimento nas duas últimas décadas – com evolução percentual mais expressiva para o indicador de educação. O gráfico a seguir demonstra essa afirmação.

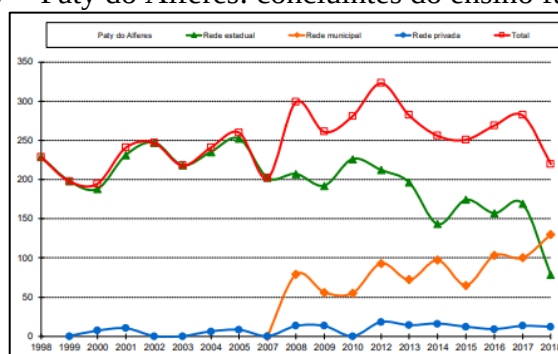
Gráfico 6 – Paty do Alferes: evolução do IDHM



Fonte: reproduzido do TCE-Paty do Alferes (p. 30).

No entanto, a razão matemática “remuneração média por carga horária padronizada” faz Paty do Alferes ocupar a 3.060ª posição do *ranking* nacional. Na rede municipal, observa-se oscilação negativa do número de matrículas no ensino fundamental entre 2013 e 2018 em 10%. Já no que se refere à rede estadual, a oscilação negativa foi de 67%. O gráfico a seguir mostra queda significativa do número de concluintes do ensino fundamental no município.

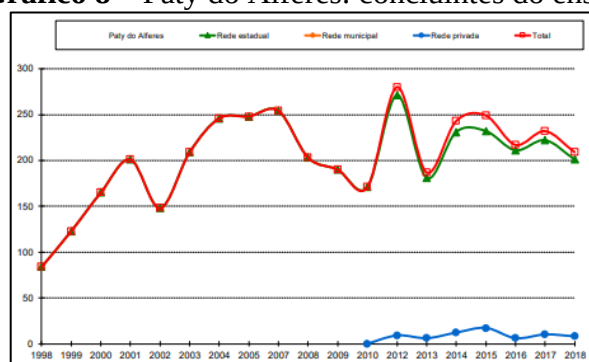
Gráfico 7 – Paty do Alferes: concluintes do ensino fundamental



Fonte: reproduzido do TCE-Paty do Alferes (p. 49).

A queda percentual do número de concluintes também foi observada no ensino médio, no entanto, de forma menos expressiva.

Gráfico 8 – Paty do Alferes: concluintes do ensino médio



Fonte: reproduzido do TCE-Paty do Alferes (p. 52).

A cobertura de atenção básica de saúde do município é de 100% – apesar de não sediar unidade hospitalar. Dos 117 equipamentos de saúde, o número mais expressivo é de odontologia, com 81 unidades (95% à disposição do SUS). O estoque de empregos formais do município tem como maior fornecedor a administração pública – a variação geral, entre 2017 e 2018, não foi significativa, como mostra a tabela a seguir:

Tabela 10 – Paty do Alferes: estoque de mão de obra formal

	2017	2018	Variação	%
Extrativa mineral	23	3	-20	-86,96
Indústria de transformação	680	656	-24	-3,53
Serviços industriais de utilidade pública	0	0	0	-
Construção civil	8	12	4	50,00
Comércio	1.016	967	-49	-4,82
Serviços	637	616	-21	-3,30
Administração pública	1.242	1 323	81	6,52
Agropecuária, extração vegetal, caça e pesca	123	131	8	6,50
Total	3.729	3.708	-21	-0,56

Fonte: reproduzido do TCE-Paty do Alferes (p. 62).

A agropecuária proporcionou maior participação do município no *ranking* estadual, com incremento para a economia de 7,4%. A tabela a seguir apresenta as outras contribuições:

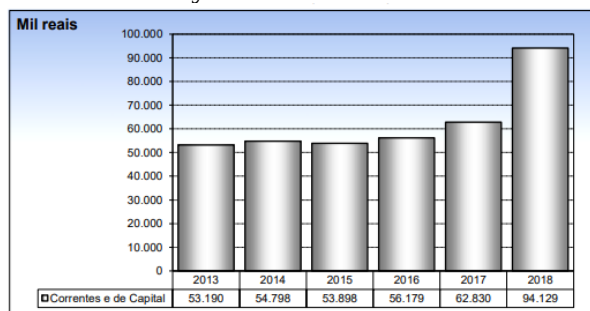
Tabela 11 – Paty do Alferes: composição do PIB

Setor econômico	Ranking no ano								Valor adicionado bruto da atividade econômica em 2017 (em % e em R\$ mil)	
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017		
Agropecuária	24	22	29	25	31	30	35	28	7,4%	36.465
Indústria	67	66	70	67	69	64	63	63	13,9%	68.313
Administração pública	55	55	56	56	57	57	57	58	38,2%	197.749
Demais serviços	66	65	64	63	64	62	62	63	40,4%	187.246
Total dos setores									100,00%	489.774
Impostos sobre produtos										43.790
PIB a preços de mercado	64	64	62	62	62	62	61	59		533.564
PIB per capita	74	74	74	72	75	66	69	64		19.768

Fonte: reproduzido do TCE-Paty do Alferes (p. 74).

Segundo o TCE-RJ, o montante de transferência dos governos estadual e federal para Paty do Alferes alcançou aumento de 77% entre 2013 e 2018. Em 2018, a receita de transferências representou em 56,7% do total da receita da prefeitura – evidenciando a forte dependência do município dos repasses de outras esferas de poder. O gráfico a seguir apresenta o crescimento, sobretudo em 2018.

Gráfico 9 – Paty do Alferes: receita da Prefeitura



Fonte: reproduzido do TCE-Paty do Alferes (p. 89).

O investimento público *per capita* em Paty do Alferes saiu de R\$ 28,94 em 2017 para R\$ 211,65 em 2018 – o pagamento de tributos *per capita* no último ano avaliado foi de R\$ 332,37.

O percentual de mão de obra concentrado na prefeitura indica a ausência de oportunidades de emprego no município. A ecologia humana de Paty do Alferes tem, nas oportunidades de emprego, a principal demanda. A avaliação dos entrevistados, como veremos, demonstra essa afirmação.

3.2.2.2 Paty do Alferes: mundo percebido

A pouco mais de seiscentos metros acima do nível do mar, o clima de Paty do Alferes é referenciado pelos moradores como uma das principais qualidades do município. As características que expressam qualidade e problemas do município, presentes quase na totalidade das entrevistas, estão estruturadas em quatro eixos principais: um positivo – a tranquilidade interiorana – e três negativos: abastecimento d'água, falta de hospital e empregabilidade – aspectos confirmados na descrição do *mundo objetivo*.

Ao afirmarem que a maior qualidade de Paty do Alferes é a tranquilidade, os entrevistados estaqueiam o argumento em dois atributos: todos se conhecem e se entrelaçam no cotidiano nas relações amistosas e de cooperação; e a ausência de violência. O primeiro atributo

é apresentado como qualidade de uma ambiência amistosa que garante a sensação de segurança, tranquilidade: a ausência do desconhecido¹¹¹ representa também a minimização de riscos. No primeiro atributo reside indicativos das interações sociais enquanto benefício percebido. Já o segundo atributo, a ausência de violência, é sempre apresentado na comparação com a capital (Rio de Janeiro). A ecologia humana na dimensão estadual tem, no noticiário, a exposição dos recorrentes problemas de violência da capital. A partir da comparação com o município do Rio, a percepção de qualidade associada à tranquilidade de Paty do Alferes apresenta-se como vantagem em forma de alívio. A experiência dos moradores com o município é argumentada pelos entrevistados em uma mesma cadência, o que se apresenta como sintoma de validações promovidas pelas interações sociais.

Então, aqui é uma cidade do interior, que mesmo sendo Rio de Janeiro não se parece com nada da capital do Rio, é uma cidade tranquila, as pessoas são pessoas acolhedoras, e é um lugar muito bom de viver (Entrevista em profundidade 01, Paty do Alferes, homem, 18 a 25 anos, renda familiar superior a 10 salários-mínimos, Bairro Parque Barcelos).

Gosto das pessoas, eu gosto de tudo, do sossego, da segurança que a gente tem aqui, ninguém mexe em nada que é seu, a gente pode andar na rua a hora que for que não tem problema nenhum, eu sou do Rio e lá não pode andar a pé de noite (Entrevista em profundidade 11, Paty do Alferes, mulher, 55 a 70 anos, migrou da Capital para Paty, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Bairro Arcozelo).

O bom daqui é a tranquilidade, aqui a gente não tem a violência que tem no Rio, a gente não tem aquela preocupação de andar na rua sabendo que você pode ser assaltado a qualquer hora (Entrevista em profundidade 15, Paty do Alferes, Mulher, 30 a 45 anos, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Distrito de Avelar).

A monocultura do tomate, maior expressão da produção rural de Paty do Alferes, é, ao mesmo tempo, garantia de empregabilidade e motivo de crítica enquanto opção de trabalho mais provável. Pais e jovens se ressentem da possibilidade de trabalho duro na lavoura sem garantias de evolução profissional – projeção de expectativas dos jovens que ambicionam estudo e aprimoramento. Os elogios ao atributo “tranquilidade” chocam-se com a cobrança por desenvolvimento enquanto promotor de vagas de emprego e de opções de formação profissional e intelectual. A tranquilidade valorizada apresenta-se tanto como benefício para os mais velhos, sobretudo aposentados, quanto como consequência da ausência de desenvolvimento que traz empregabilidade – contraste presente na maioria das entrevistas. Ao valorizar simultaneamente

¹¹¹ Em municípios pequenos, a chance de conhecer os moradores é grande. A convivência com desconhecidos em espaços públicos comuns, aspecto presente em grandes centros, não é frequente.

os atributos “tranquilidade” (presente) e “empregabilidade” (ausente), o morador de Paty do Alferes parece preferir assumir o risco de perder o primeiro.

A desvantagem é que por morar numa cidade pequena, a gente não tem muito curso profissionalizante, para estudar tem que sair para fora, tem que sair para outra cidade entendeu? (Entrevista em profundidade 22, Paty do Alferes, homem, 30 a 45 anos, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Bairro Boa Vista).

Ruim, porque os nossos jovens têm que ir embora, porque a cidade não oferece nada para eles, então nossos filhos têm que crescer e sair daqui (Entrevista em profundidade 06, Paty do Alferes, mulher, 55 a 70 anos, renda familiar superior a 10 salários-mínimos, Bairro Lameirão).

Os pontos negativos é a questão de que é uma cidade que não oferece muita oportunidade de emprego, então a gente tem que começar a trabalhar muito cedo na lavoura, e mais pra frente fazer igual eu faço, trabalhar no Rio, ou continuar trabalhando em lavoura, ou ir pro Rio, para trabalhar em cidades maiores com mais oportunidades de emprego (Entrevista em profundidade 01, Paty do Alferes, homem, 18 a 25 anos, renda familiar superior a 10 salários-mínimos, Bairro Parque Barcelos).

Embora valorize o atendimento das clínicas da família, o munícipe se ressentia da ausência de um hospital no município. Pelo que as entrevistas evidenciam, o morador de Paty do Alferes não conhece a informação de que a prefeitura firmou convênio para financiamento conjunto das atividades do hospital de Miguel Pereira – município vizinho. A percepção geral é de que os moradores dependem dos serviços oferecidos por outro município em face de uma suposta inércia da administração de Paty do Alferes. Em muitos fragmentos das entrevistas, Miguel Pereira é apresentada como referência em diversos quesitos de município mais evoluído – o que corrobora com a ideia de que o hospital é apenas daquele município. A comparação com a administração de Miguel Pereira se apresenta como cobrança na atuação do governo de Paty do Alferes – a referência de reputação governamental, que compõe as expectativas dos moradores, tem, em Miguel Pereira, um subsídio para formação do quadro de reputação governamental. Com isso, a saúde passa a ter uma cobrança potencializada pela idealização concreta no exemplo vizinho – aliada à ausência de informação acerca do convênio institucional. As opiniões se formam em percepções e desinformações (ou informação enviesada), mas com fortes evidências de que se entrelaçam pelas interações sociais.

Hoje Paty em si, porque a cidade vizinha a gente faz tudo lá, eu já considero pertinho, mas Paty não tem hospital, tem na cidade vizinha que é bem próxima, a gente vai até lá, então não tem hospital (...) (Entrevista em

profundidade 19, Paty do Alferes, mulher, 18 a 25 anos, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Bairro Maravilha).

Só temos hospital na cidade vizinha, nós não temos hospital. Então não podemos dizer nem que somos de Paty, nós somos miguelenses. Todo mundo só nasce em Miguel (Entrevista em profundidade 05, Paty do Alferes, mulher, 55 a 70 anos, renda familiar superior a 10 salários-mínimos).

Para mim o cara tem que melhorar os postos de saúde, Paty precisa de um hospital, aqui é um município que não tem hospital, por exemplo, eu estou em Avelar, se eu passar mal, se eu tiver algo eu tenho que rodar 30 km para rodar no hospital, se for algo grave já não chega (Entrevista em profundidade 18, Paty do Alferes, homem, 55 a 70 anos, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Distrito de Avelar).

O quarto eixo avaliativo apresentado é a falta d'água. O abastecimento de água em Paty do Alferes é da Companhia Estadual de Águas e Esgotos (CEDAE) do governo estadual. O período das entrevistas (setembro de 2020) é marcado pela estiagem sazonal. Ainda que o tema não seja dramático em outros períodos do ano, a recorrência em períodos de estiagem expressa uma deficiência da gestão pública. Cobrado pelos moradores, embora de responsabilidade estadual, o governo local não fica de fora das reclamações.

Resolver a questão da água, eu acompanho muito as coisas no Facebook, o Juninho até postou que está conversando com o representante da CEDAE tentando resolver um pouco em relação a esse negócio da água. Até hoje ele não resolveu, pra mim ele não tem culpa, mas é uma coisa que é o prefeito que tem que resolver né? Porque estava deixando muito a desejar. Eu não tenho filho, eu tenho irmão de 12 anos, mas tem gente que tem filho pequeno, idoso que precisa né? (Entrevista em profundidade 07, Paty do Alferes, mulher, 18 a 25 anos, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Bairro Monte Alegre).

Aqui onde a gente mora tem muita reclamação de água, muita falta de água aqui, se ficar uma semana sem chover não cai água pra muita gente, aí as vezes a gente tem um conhecido ou um vereador vem e traz um caminhão d'água pra gente, aí já ajuda. A falta d'água é bastante, todo mundo reclama. (Entrevista em profundidade 08, Paty do Alferes, homem, 18 a 25 anos, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Bairro Arcozelo).

3.2.2.2.1 Paty do Alferes: avaliação do prefeito

Vêm do eleitorado feminino as citações mais evidentes sobre o que o público interpreta da reputação sobre prefeito Juninho, que concorreu com vitória à reeleição. Dois eixos descrevem e sintetizam a avaliação pública do prefeito/candidato: a origem de uma família importante e influente na política local; e a juventude, a idade do prefeito (35 anos no período

das eleições de 2020). Críticas e elogios, satisfações e insatisfações, que descrevem as interpretações dos eleitores acerca da reputação política do prefeito Juninho, orientam avaliações do governo, desejos de continuidade/descontinuidade, chances de voto e de não voto.

No que se refere à juventude, as interpretações positivas visitam conceitos de inovação, com características que aproximam e afastam a atuação política de Juninho de aspectos conservadores valorizados.

Por isso que eu te falei o Juninho é jovem, tem visão de futuro, de inovação, ele tem uma família centrada, então tudo isso as pessoas pagam para ver. Ele é um cara que não levanta bandeira de religião, ele é meio neutro nisso e isso conquista muito (Entrevista em profundidade 21, Paty do Alferes, mulher, 30 a 45 anos, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Bairro Palmares).

Pesam, no entanto, aspectos relacionados à inexperiência política e administrativa:

É bom e é ruim. É bom porque tem uma visão ambiciosa no lado positivo e é ruim porque lhe falta experiência para alcançar aquilo que ele deseja (Entrevista em profundidade 04, Paty do Alferes, mulher, 30 a 45 anos, renda familiar superior a 10 salários-mínimos, Bairro Esperança).

A esse aspecto se use um dos elementos negativos mais citados por apoiadores e reativos: acusações de nepotismo. Juninho Bernardes é acusado pelos eleitores por empregar muitos familiares no governo.

Não, a única coisa que ele fez foi colocar a família dele toda na prefeitura, e pessoas que tem condição né? O que ele precisa ele está aí sofrendo. Eu não tenho nada pra falar bem dele não dona (Entrevista em profundidade 17, Paty do Alferes, mulher, 55 a 70 anos, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Distrito de Avelar).

No entanto, essas acusações são amparadas também em fatores positivos. O Pai de Juninho, Eurico Bernardes Junior, principal responsável pela emancipação de Paty do Alferes do município de Vassouras, primeiro prefeito da nova cidade (1989-1992), foi responsável pelos primeiros equipamentos públicos que marcaram a memória dos munícipes. Eurico é referência para muitos que aprovam e que reprovam o governo Juninho.

(...) porque tem pessoas que como gostam muito do pai apoiam o filho também (Entrevista em profundidade 23, Paty do Alferes, mulher, 55 a 70 anos, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos).

As avaliações da reputação política de Juninho observadas têm também uma explicação geográfica. Moradores de bairros periféricos e de regiões rurais tendem avaliar melhor o

governo por intermédio de intervenções governamentais de pavimentação e de subsídios para o cultivo agrícola. E, para esses eleitores que aprovam, a avaliação é reforçada por elementos de identificação com a personalidade do governante.

Ele é um cara bem simples, por isso ele se identifica mais com pessoas de bairros, pessoas que plantam, ele é bem simples, no modo de falar, no modo de se vestir, se você ver as lives dele você vai reparar isso, ele é bem do povo (Entrevista em profundidade 19, Paty do Alferes, mulher, 18 a 25 anos, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Bairro Maravilha).

Para além da interpretação sobre a performance do governante, a partir das interpretações dos eleitores, as experiências com outros governantes dão cadência às avaliações, além da memória acerca das administrações do pai do atual prefeito. O governo que antecedeu o de Juninho foi de Rachid Elmor (2013-2016). Na memória dos eleitores, o ex-prefeito teve a gestão muito mal avaliada. Juninho, para os que aprovam (e parte dos que rejeitam), foi responsável por restaurar administrativamente o governo do município após a gestão Rachid. Outra memória dos eleitores é a do governo de Batata (Lúcia de Fátima), com dois mandatos consecutivos (2004-2008 e 2009-2012): muito popular e presente nos bairros, é referência para os que percebem Juninho como figura ausente no cotidiano do município.

Embora bem avaliado no momento da sondagem, o governo de Paty do Alferes lutava contra outra força comparativa. O governo da cidade vizinha, com comunicação mais empavonada e atividades mais intensas (inaugurações, relações com outras esferas de poder, posicionamento e histórico no campo turístico), além do orçamento público mais potente, é referência para muitos dos entrevistados ao indicarem características de um governante ideal. A lógica de que o esverdeado do gramado vizinho é mais intenso modula as expectativas sobre o perfil idealizado – para muitos entrevistados o ideal é ser igual ao vizinho. No entanto, mesmo com o lançamento da candidatura da irmã do prefeito de Miguel Pereira em Paty do Alferes (vice-prefeita na chapa de Batata), tais impressões não potencializaram votos. Percebe-se que o exemplo vizinho é uma forma de apreender as qualidades necessárias pela comparação, não necessariamente para substituição. Nesse sentido, a formação do *quadro reputacional* para parte dos eleitores é impactada pela comparação – qualidades apreendidas de um objeto real e projetadas nas expectativas sobre o objeto requerido.

3.2.2.3 Paty do Alferes: reputação requerida

Observa-se, em Paty do Alferes, três campos categóricos de atributos requeridos: personalidade/proximidade; capacidades de execução; e funcionalidade. No que se refere ao primeiro campo, os atributos requeridos relacionados com a personalidade idealizada concentram-se com mais intensidade na *honestidade* e *confiança*. Esses elementos estão associados nos discursos às expectativas de resultados. Na perspectiva dos eleitores patienses, políticos honestos e confiáveis têm mais chances de apresentar resultados – por cumprirem promessas e utilizarem os recursos para benefício da população.

Ser honesto, teria que ser uma pessoa íntegra de valores, eu acho que deveria ser isso né? Uma pessoa honesta, de valores, para fazer valer ali né? Colocar em prática tudo aquilo que falou, porque muitas das vezes eles falam e fica por aquilo mesmo, não bota em prática, não executa, só promete, só promete. Aí chega na hora do vamos ver e não faz o que promete (Entrevista em profundidade 07, Paty do Alferes, mulher, 18 a 25 anos, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Bairro Monte Alegre).

Primeiramente deveria ser uma pessoa honesta, porque essa questão de verbas que vem para a cidade, se a pessoa não tiver caráter, o dinheiro é mal usado, então eu acho que uma das características principal é ser honesta, que nesse ramo eu acho que tá difícil ser honesto total (Entrevista em profundidade 22, Paty do Alferes, homem, 30 a 45 anos, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Bairro Boa Vista).

Ainda sobre a personalidade requerida, outra esfera de atributo compõe as expectativas: a iniciativa de *querer fazer*. Os atributos pertencentes a essa esfera, citados com mais frequência, são *trabalhador* e *pulso firme*. Com isso, a composição da personalidade requerida projeta o perfil composto de idoneidade e vontade. A conjugação dessas duas esferas delineia as expectativas eleitorais que formam o *quadro reputacional*.

Alguém de pulso, que possa administrar que tenha voz ativa, que tenha respeito. Se não, não vai, porque hoje a gente precisa disso, tem que ter uma liderança forte que consiga fazer, convencer, que consiga formar pensamentos, se não, não vai (Entrevista em profundidade 03, Paty do Alferes, homem, 30 a 45 anos, renda familiar superior a 10 salários-mínimos, Bairro Centro).

Uma pessoa que trabalhe independentemente de estudo. Não precisa ter escolaridade, só precisa trabalhar pelo povo (Entrevista em profundidade 11, Paty do Alferes, mulher, 55 a 70 anos, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Bairro Arcozelo).

Ainda sobre o primeiro campo de atributos requeridos, os relatos discursivos dos eleitores acerca das expectativas de candidaturas idealizadas centram, com mais frequência, nos fatores relacionados ao simbolismo da proximidade com a população. Um candidato acessível, solidário e que escuta os eleitores é o mais desejado, considerando essa esfera avaliativa. A qualidade de proximidade é signo da realização do que é necessário, das demandas da sociedade. Essa esfera do campo da personalidade/proximidade é formada, ao mesmo tempo, por componentes estratégicos e passionais. Por um lado, a proximidade tangencia elementos de identificação. Por outro, indica que o candidato mais próximo da realidade do eleitor *sabe o que fazer*.

Por exemplo, para aqui que é uma cidade pequena do interior, uma pessoa mais acessível a população, uma pessoa que frequenta os lugares, as praças, o comércio, todas as áreas comuns da cidade para ver as necessidades. Estar sempre em contato com a população né? (Entrevista em profundidade 01, Paty do Alferes, homem, 18 a 25 anos, renda familiar superior a 10 salários-mínimos, Bairro Parque Barcelos).

Tem que ser uma pessoa acessível ao povo e saber ouvir e ser imponente, correr realmente atrás das coisas, ser proativo. Porque tem muitas coisas que não é nem difícil, a pessoa não faz porque não quer (Entrevista em profundidade 23, Paty do Alferes, mulher, 30 a 55 anos, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos).

O segundo campo de atributos requeridos que categorizamos (capacidades de execução) é composto por atributos relacionados ao índice do conhecimento. A capacidade do governante idealizado, que compõe o *quadro reputacional*, está associada à probabilidade de realização: a lógica discursiva de que, quanto mais capaz, mais chances de realização. A modalização *saber-fazer* concentra-se, de forma mais frequente, nos atributos *conhecimento do município, experiência e preparo administrativo*.

Teria que ser uma pessoa com uma mente aberta, uma pessoa com conhecimento das necessidades da sua cidade, das necessidades do seu povo, para trabalhar em cima daquelas necessidades (Entrevista em profundidade 06, Paty do Alferes, mulher, 55 a 70 anos, renda familiar superior a 10 salários-mínimos, Bairro Lameirão).

Na minha opinião o prefeito tem que ter isso aí, o cara correr atrás do que precisa, e não ficar sentadinho na cadeira só assinando documento. Passar o serviço para os outros, tem que estar na rua, tem que ser atuante, ver as necessidades do povo. Ele tem que ver a necessidade do povo e não a dele (Entrevista em profundidade 18, Paty do Alferes, homem, 55 a 70 anos, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Distrito de Avelar).

O terceiro campo que categorizamos (funcionalidade), além da comparação com o prefeito do município vizinho, pode ser organizado em duas esferas: 1) entregas; e 2) relações potentes. A primeira esfera está ligada aos conceitos de realizações das promessas de campanha (associados aos atributos de *honestidade* e *confiança*) e do atendimento de prioridades (associados aos atributos de *proximidade* e *conhecimento sobre o município*). Projeta-se, como resultado esperado, as entregas objetivas – os atributos dos dois campos anteriores são elementos que simbolizam as características de quem faz. A segunda esfera, relação indireta com o fazer, projeta a expectativa do governante que tem relações com outras esferas de poder (para trazer recursos de investimento governamental) e com o mundo empresarial (que possa promover investimentos privados para geração de emprego e renda) – fatores associados ao conceito de articulação, presente nas entrevistas da capital fluminense. O terceiro campo, como observado, está diretamente associado aos fatores da ecologia humana examinados no subcapítulo anterior – o que traceja contornos das demandas cotidianas no *quadro reputacional*.

Acredito que ele deva despertar gratidão porque se ele cumprir com aquilo que promete e tiver agradando todo, logicamente seremos gratos e carinho por a gente perceber que ele está se esforçando, que ele quer fazer por onde (Entrevista em profundidade 02, Paty do Alferes, mulher, 18 a 25 anos, renda familiar superior a 10 salários-mínimos, Bairro Goiabal).

Você para conseguir alguma coisa, por exemplo verba, você tem que ter apoio com deputado, estar sempre em Brasília junto com esse pessoal para você conseguir as verbas, ter um contato bom com o governo do estado, você estar sempre buscando parcerias (Entrevista em profundidade 01, Paty do Alferes, homem, 18 a 25 anos, renda familiar superior a 10 salários-mínimos, Bairro Parque Barcelos).

Na comparação com o observado no caso do Rio de Janeiro, o eleitor de Paty do Alferes expressa certo reconhecimento das limitações orçamentárias – enquanto os da capital se ressentem de potenciais não aproveitados. Ao criarem paralelos com o município vizinho, buscam argumentos de que, mesmo em condições adversas, é possível trazer o bem comum. Outro aspecto importante sobre o reconhecimento das limitações orçamentárias é a valorização do atributo que faz referência ao relacionamento com outras esferas de poder – o que seria uma forma de superar as limitações orçamentárias.

3.2.2.3.1 Considerações acerca do quadro reputacional

As entrevistas revelam a busca pela assertividade do voto. Em uma primeira visada, a questão da assertividade traduz a perspectiva racionalista da *teoria econômica da democracia* (FIGUEIREDO, 1988): expectativa de ganhos futuros. No entanto, mais do que um cálculo de benefícios, os eleitores interpretam propostas e reputações para definirem o voto. E, no processo de interação com outros eleitores, os elementos constitutivos da reputação política enquanto definidores do voto, além das expectativas de ganhos futuros, perpassam interpretações de fatores diretos (propostas de benefícios futuros) e de fatores simbólicos (representações de chances de benefícios futuros). Em Paty do Alferes, por exemplo, o primeiro eixo avaliado (personalidade/proximidade) – assim como o aspecto da “identificação” na capital – apresenta-se como índice garantidor de ganhos futuros. E, nesse sentido, à perspectiva da racionalidade da escolha eleitoral são adicionados elementos de emoção. As interações sociais promovem interpretações acerca do que garante a possibilidade de ganho futuro – não apenas, e simplesmente, o cálculo de um eleitor solitário. Os demais eixos avaliativos em Paty do Alferes (capacidade de execução e funcionalidade) reforçam, de forma mais direta, a formação do *quadro reputacional* em face da interpretação dos eleitores acerca das chances de ganhos futuros – trata-se da construção social do *quadro reputacional* para reger os fatos futuros (o voto).

3.2.2.4 Paty do Alferes: mundo prometido

Uma análise da lógica discursiva pode revelar a intenção de uma equipe criativa ou o acaso de uma produção. Os processos de criação não são objeto de nossa análise – mas salientamos que as conclusões de nosso exame em nada se referem a pesquisa sobre as intenções de criativos das campanhas avaliadas.

Juninho Bernardes é o prefeito de Paty e candidato à reeleição, filho do ex-prefeito Eurico Júnior e deputado estadual em exercício no período daquela eleição. A identidade visual da campanha apresenta dois tons avermelhados como cores predominantes, aliados ao azul e ao branco que emolduram as mensagens verbais. Os tons avermelhados criam conexões com o fruto por meio do qual o município é conhecido: o tomate. As linhas transversais também fazem referências à monocultura do município, ao simbolizarem as linhas de um arado do plantio. As linhas contínuas também criam conexões com as duas mensagens de posicionamento da candidatura: “governando sem parar” e “avança, Paty”. As linhas contínuas diagonais em

angulação aproximada de quarenta e cinco graus, da esquerda para a direita, são índices de crescimento, de gráficos evolutivos e, portanto, com apoio dos termos “sem parar” e “avança”, indicam a promessa de continuidade produtiva.

Imagem 14: Juninho Bernardes



Fonte: Página no Facebook da candidatura.

Maria Lúcia, conhecida como “Batata”, foi prefeita de Paty do Alferes por dois mandatos entre 2000 e 2008. A estratégia da candidata teve como pilar a contiguidade com o bem avaliado município de Miguel Pereira – a irmã do prefeito vizinho André Português, Adriana Português, é destacada na peça na figura de candidata a vice-prefeita de Batata. A imagem de fundo é de uma foto do município – foto de casas e áreas verdes sem a presença de figuras humanas, o que projeta a ideia de distanciamento. O filtro em amarelo, por um lado, aquece a peça, por outro, evoca a simbologia do antigo para a aplicação de “filtro” na imagem de fundo – o que pode promover a percepção de ausência de promessa futura e celebração do passado e da vida política pregressa da candidata. Confrontando com as simbologias identificadas, o número da candidata (25) é emoldurado pela imagem clássica de um coração estilizado, simbologia de afeto, amor, dedicação. A mensagem de posicionamento “guerreira do povo”, que, a princípio pode indicar alguma contradição com o coração, pela dicotomia guerra-amor, traz a promessa de uma candidatura que, por amor ao município, conjugado com a disposição de uma “guerreira”, pode promover o bem comum.

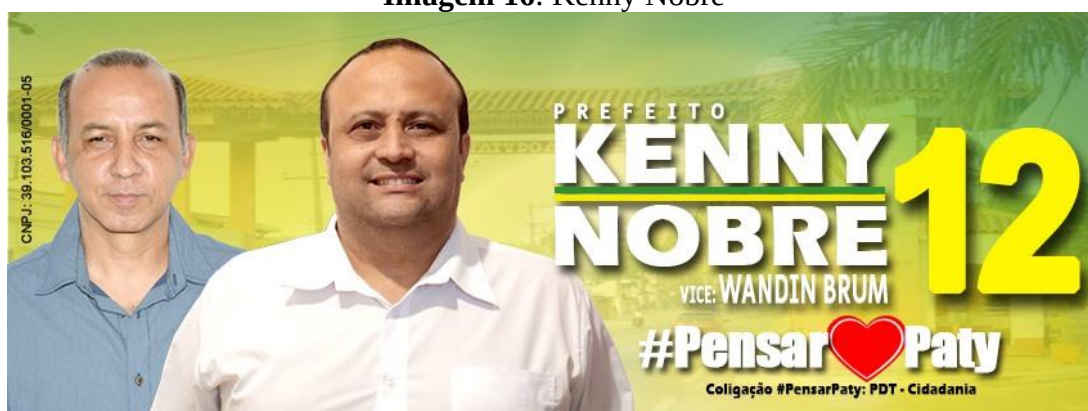
Imagem 15: Batata



Fonte: Página no Facebook da candidatura.

A identidade visual da campanha de Kenny Nobre traz uma imagem do pórtico de entrada do município de Paty do Alferes. O filtro amarelo que envelhece a imagem é aplicado com grau elevado de transparência, permitindo que elementos da imagem auxiliem no aquecimento (pilastras, telhas, vegetação). Duas linhas horizontais separam o nome do sobrenome do candidato. Nas cores verde e amarelo, embora a flâmula partidária de centro-esquerda (PDT), a identidade visual tenta criar conexões com proposições de direita da campanha nacional de 2018 – o que parece indicado para um município com 46% de evangélicos e 35% de católicos (IBGE, 2010). O verbo utilizado na mensagem de posicionamento não projeta no imaginário uma ação garantidora de benefícios. A promessa de “pensar Paty” evoca os conceitos de planejamento, estudo, idealização. No entanto, distancia-se da promessa das evocações de ações objetivas, com ganhos e benefícios para os eleitores.

Imagem 16: Kenny Nobre



Fonte: Página no Facebook da candidatura.

A candidatura de Dr. Pedro Paulo também apela para os símbolos nacionais, em uma clara tentativa de associar a disputa local com a campanha presidencial vitoriosa. O conservadorismo religioso expresso em potências estatísticas de evangélicos parece indicar a associação estabelecida. A conjugação da bandeira do município com a do Brasil forma a imagem de fundo. As vestes do candidato, terno e gravata, reforça a profissão e o público para o qual direciona sua mensagem. O vice, pastor evangélico (reforço para as simbologias de conservadorismo), de cor preta e vestes mais simples, suaviza a candidatura com traços mais populares. Não há uma promessa clara que vá além da contiguidade com o bolsonarismo.

Imagem 17: Dr. Pedro Paulo



Fonte: Página no Facebook da candidatura.

A identidade visual de Marcelo de Paula da Silva também utiliza de simbologias nacionais, em duas linhas (verde e amarela) que ajudam a emoldurar a foto. A proposição “Paty mais independente”, em que a palavra “mais” é substituída pelo símbolo matemático da adição, indica postura crítica a um conceito de dependência, que não se mostra presente de forma significativa nas demandas e expectativas dos eleitores descritas nas entrevistas em profundidade – no entanto, pode indicar, na percepção dos eleitores, uma solução para as limitações orçamentarias que são resolvidas pela dependência de repasses de outras esferas de poder.

Imagem 18: Marcelo de Paula

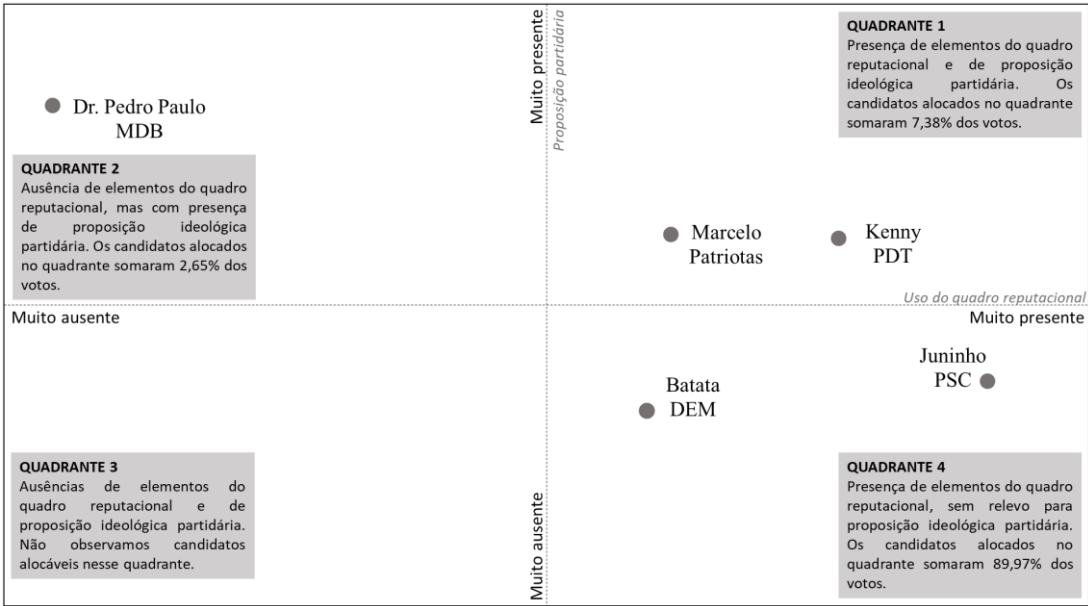


Fonte: Página no Facebook da candidatura.

3.2.2.4.1 Análises de identidades visuais das candidaturas: exemplo de exame com uso do quadro reputacional

O quadrante de posicionamento das candidaturas ante o quadro reputacional resume a nossa análise. A candidatura de Dr. Pedro Paulo, como já salientado, não argumenta elementos do quadro reputacional que sejam índices de ganhos futuros. Ao contrário, o mundo prometido do candidato resume-se à busca de contiguidade com as simbologias ligadas ao bolsonarismo. Marcelo e Kenny indicam, nas mensagens, alguns elementos de promoção de ganhos futuros, mas os maiores índices são vinculados às proposições ideológicas do conservadorismo e do nacionalismo contíguos do voto em Bolsonaro. Juninho e Batata, sem proposições ideológicas, centram as mensagens nos índices de ganho futuro. O quadrante que congrega a proposição em que as mensagens de Juninho e Batata estão posicionadas representou, com a soma dos votos das duas candidaturas, 89,97% dos votos – bem maior do que o indicado, na mesma análise, para Rio de Janeiro (48,83%), em que as questões ideológicas, de direita e de esquerda, apresentam-se com maior apelo.

Figura 3 – Posicionamentos das identidades visuais em Paty do Alferes

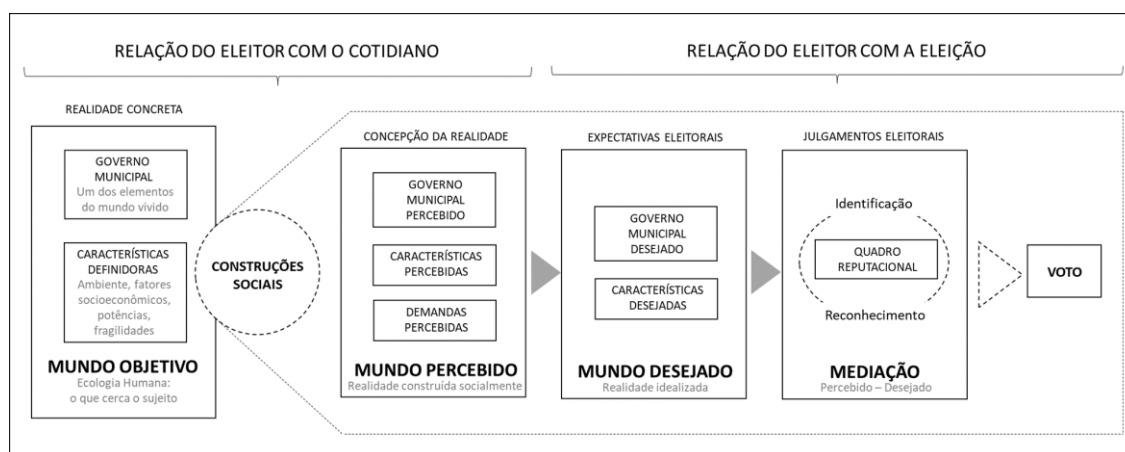


Fonte: elaborado pelo autor.

Considerações finais

Iniciamos nossas considerações finais com a reexposição de nossa pergunta de pesquisa: o voto é antecedido pela edificação social de quadros referenciais, utilizados para julgamentos e escolhas de candidaturas? Dedicamos nossos argumentos finais aos destaques que demos no curso do texto para responder os temas propostos. Em posse do *mundo percebido*, o eleitor projeta as características de governante potencialmente capaz de produzir um mundo futuro melhor. Essas características, em nossa perspectiva, formam um valor¹¹²: o *quadro reputacional* que define um governante idealizado para criar o mundo futuro, dados os desafios do *mundo percebido*. O *quadro reputacional* é a referência que o eleitor tem para reger fatos futuros, determinar escolhas eleitorais, julgar candidaturas que se apresentam nas campanhas eleitorais. O *quadro reputacional* é referência para indicar o quanto os elementos requeridos estão presentes em uma candidatura particular, para reputar uma candidatura. Nosso exame é sobre a construção social do *quadro reputacional*, a referência para decisões eleitorais. Sem adentrar nas escolhas em si, nosso propósito é contribuir para os estudos sobre decisão eleitoral, em que o *quadro reputacional* é fator essencial, em nossa perspectiva. A **Figura 4** ilustra nossa jornada e nossa conclusão acerca das análises das pesquisas de campo.

Figura 4 – Construção social da reputação eleitoral



Fonte: elaborado pelo autor.

Como indicado na figura, e enunciado desde a proposta de análise em quatro eixos (Capítulo 1), damos relevo ao protagonismo da realidade concreta, que trouxemos do

¹¹² Em nossa perspectiva, o quadro reputacional conjuga muitos valores e atributos, referências para julgamento, padrões para reputar. Embora esteja no singular, o quadro se apresenta como um valor composto de vários outros elementos.

pragmatismo, o *mundo objetivo*, nas construções sociais dos eleitores. Assim, a partir do mundo objetivo, no que se refere ao campo eleitoral, surge uma cadeia construtivista advinda de apreensões, interpretações e interações: mundo percebido, mundo desejado, quadro reputacional e a mediação desse último com a análise das candidaturas e, por último, o voto. A **Figura 4** expõe, de uma forma mais geral, a dependência da relação do eleitor com o processo eleitoral, da relação do eleitor com o cotidiano. Não obstante as influências de aspectos idiossincráticos, e sem o reducionismo de fatores geográficos demográficos (também muito importantes), a proposição da **Figura 4**, representação de nossa tese, protagoniza a relação com o mundo objetivo operada por processos interacionais em comunidades de comunicação de múltiplas espécies, incluindo grupos sociais diversos, agremiações partidárias e ideológicas, congregações religiosas, grupos de usuários de serviços públicos etc. Nossa proposição, dessa forma, é potencialmente capaz de sediar análises eleitorais específicas, com variações de complexidades, de casos específicos de comunidades de comunicação.

O *quadro reputacional*, em termo pragmatistas, poderia ser traduzido como objetivação de um valor, constituído de variados e complexos elementos, construído socialmente e apreendido pelos eleitores. Dito de outro modo, as manifestações dos eleitores, expressas nas entrevistas em profundidade, revelam a objetivação do que pensam, do que guardam acerca do valor reputacional, construído nas interações cotidianas para julgar objetos específicos (candidaturas). O *quadro reputacional* é uma construção social para julgar a política. De uma forma geral, em face do observado nos dois municípios avaliados¹¹³, as manifestações verbais revelam modalidades discursivas potentes para a objetivação do *quadro reputacional*. Acreditamos que muitas modalidades discursivas podem estar presentes em outras realidades, eleições, municípios. No entanto, para os municípios pesquisados, encontramos algumas modalidades discursivas que indicam interesses dos eleitores na busca de uma candidatura que possa ser índice de ganhos futuros. O eixo central das modalidades discursivas está no verbo FAZER. Os eleitores, de uma forma geral, pelo observado nas entrevistas, buscam candidatos que “sabem fazer” (tem preparo para o cargo), que “sabem o que fazer” (conhecem as demandas), que “conseguem fazer” (articulação política para viabilizar intenções), que “querem fazer” (para além das possibilidades, a vontade de produzir o bem comum) e que apresentam uma proposição de “como fazer” (componente, que pode sensibilizar o voto ideológico).

¹¹³ Na argumentação geral do quadro reputacional, dedicamos nossa visada aos elementos convergentes dos dois municípios. As distinções foram tratadas com relevo na descrição da pesquisa em cada cidade. De uma forma geral, as diferenças foram mais evidentes em atributos pertencentes a dimensões (de atributos) que estão presentes nas duas realidades.

As interações cotidianas, a partir das relações com o *mundo objetivo* e com o *mundo interpretado*, na conjugação entre apreensão, interpretação e intersubjetividade, produzem socialmente o *quadro reputacional* para reger fatos futuros – participação política, manifestações públicas em redes sociais, intenção de votos em pesquisas quantitativas, o voto nas candidaturas que passam pelo crivo dos julgamentos. A primeira modalidade discursiva observada expressa o atributo preparo: os eleitores, na busca pelo benefício futuro, interpretam a cena política e as candidaturas para julgamento, em construções sociais, com o intuito de definirem candidatos que “saibam fazer” (a promoção do bem comum). A depender do ambiente político, muitos aspectos podem se apresentar como índice de preparo – das pulsões aos elementos de cálculo racional. Ainda que o eleitor tenha limitações para avaliar o nível de preparo de uma candidatura, a pesquisa mostra a tentativa dessa avaliação. Os atributos definidores do preparo são relativos à capacidade de análise e do repertório informativo do eleitor. Alguns atributos na pesquisa relacionados a conceitos de afeto, utilizados em muitas convocações (PRADO, 2013) eleitorais ou eleitoreiras, são apresentados como índice de preparo pelos eleitores – as possíveis dificuldades para definir capacidades técnicas podem ser resolvidas com atributos que representam a capacidade de realização. Dessa forma, um eleitor que não conhece atributos técnicos relacionados à capacidade de desenvolvimento de um mandato de prefeito pode considerar que a formação acadêmica ou a relação familiar, “ser família”, sejam índices de preparo.

“Saber fazer”, para os eleitores avaliados, não é garantia de fazer o que é necessário. A completção das expectativas de ganhos futuros perpassa também o conceito de conhecimento da realidade vivida pelo eleitor: deseja-se um candidato que “sabe o que fazer”. Diante do *mundo objetivo*, o eleitor apreende os significados que compõem o *mundo percebido* – dessas apreensões derivam interpretações e, em última instância, as interações que edificam a realidade social cotidiana. A relação dos eleitores com o mundo que os cerca, gênese da construção social da realidade, apresenta-se como diferencial filosófico da perspectiva pragmatista – e, também, de nossa proposição da construção social do *quadro reputacional*. Ora, uma vez que o *mundo objetivo* e, em consequência, o *mundo percebido* determinam a dimensão consequencialista (POGREBINSCHI, 2005) da expectativa de ganho futuro (que rege as escolhas eleitorais), o mundo futuro desejado é representado no *quadro reputacional* pela dimensão do “saber o que fazer”. Assim como na dimensão “saber fazer”, os atributos utilizados para avaliar o conhecimento de uma candidatura acerca das demandas dos eleitores variam com o perfil dos respondentes da pesquisa. Assim, “saber o que fazer” pode ser definido tanto com a exposição

de dados sobre a realidade social quanto pela presença do candidato na região de moradia do eleitor. Em última instância, o eleitor indica, no *quadro reputacional*, o desejo por uma candidatura que conhece suas necessidades – o que se apresenta como garantia de um mundo futuro melhor –, em uma relação relativa com o conceito de racionalidade, conforme proposto por Boudon (1995).

Trouxemos de Laclau e Mouffe (2015), em diálogo com a “tradição do conflito”, dentre muitos aspectos da densa proposição que fazem, a questão da articulação. A defesa dos autores é aplicada a uma perspectiva de hegemonia política de esquerda, em embate com referências históricas, sobretudo, associadas ao poder impositivo do leninismo. Com pontos de contato com a perspectiva dos eleitores ouvidos nas entrevistas, a articulação aparece enquanto expediente do jogo político, facilitadora nas negociações que promovem os benefícios públicos. Dentre os termos utilizados, “jogo de cintura” indica a habilidade política de tornar possível as proposições e projetos com ganhos para os eleitores. Nesse sentido, o *quadro reputacional* conta com uma dimensão que vai além das capacidades técnicas e de conhecimento – os eleitores desejam um candidato que “pode fazer”, que saiba negociar com outras esferas de poder, que consegue “tirar do papel” um projeto.

Outro aspecto retratado pelos eleitores no *quadro reputacional* contempla uma habilidade negativa indesejada e temida: a teatralidade política (HENRIQUES, 2018; GOFFMAN, 2012). Temendo ser enganado ou se enganar no julgamento de uma candidatura, o eleitor busca referências acerca da “vontade de fazer”. Ainda que um candidato saiba fazer, saiba o que fazer e seja articulado, caso não queira produzir o bem comum, as expectativas de ganho do eleitor se frustram. Esse aspecto é o mais subjetivo do *quadro reputacional*. Nenhum candidato que pretenda a vitória se apresenta como quem não quer fazer. Os eleitores projetam o julgamento com base em outros atributos indiretos. Por exemplo, o atributo “atenção ao próximo” pode ser apresentado como índice de quem quer fazer – assim como outros que indiquem afeto, fraternidade, altruísmo, caridade. Ou seja, na impossibilidade de acessar os “estados internos” (CHARAUDEAU, 2006) de candidaturas, os eleitores buscam índices do fazer efetivo, do “querer fazer”. Assim, o *quadro de referência* é composto também por essa dimensão de julgamento que tem a propriedade de identificar e renunciar candidaturas que não querem realizar, embora enunciem as capacidades e habilidades dos que estão prontos para produzir o bem comum.

Embora não tenha sido um aspecto central da investigação, nem do *corpus*, a dimensão ideológica está, de alguma forma, presente nos conteúdos analisados. Sobretudo quanto aos

eleitores do Rio de Janeiro, segmentados também entre bolsonaristas e antibolsonaristas, não foram observadas distinções severas no que se refere ao mundo interpretado e ao “o que fazer” – mesmo nas entrevistas de eleitores que expressam preferências políticas de esquerda ou direita. Subentende-se, então, que a distinção dos eleitores no campo ideológico não está no “o que fazer”, mas no “como fazer”, ou seja, nas diretrizes de proposições personalistas ou partidárias que encarnam campos ideológicos.

O conceito pragmatista de *quadro reputacional* que propomos, enquanto referência para o julgamento da política pelos eleitores, é potencialmente capaz de identificar estímulos para a participação política, prioridades dos cidadãos, avaliação de performances governamentais e parlamentares, escolhas eleitorais. A proposição do *quadro reputacional*, estaqueado no campo ternário da matriz filosófica de Pogrebinschi (2005), indica características que o destacam e o aproximam de outras proposições: 1) renega a definição dogmática da análise de candidaturas – não obstante os casos em que partidários definem as escolhas a partir de seus líderes, assim como nas “ordens divinas”; 2) promove o protagonismo contextual dos mundos objetivo e percebido, enquanto detentores de papel fundamental nas decisões acerca da candidatura desejada; e 3) rege os fatos futuros relacionados com as escolhas eleitorais. Aqui reside a questão central de nossa proposição: além da contribuição para com os estudos acadêmicos da comunicação política, buscamos combater posturas repreensíveis, em nossa perspectiva, herdadas da “bala mágica” dos EUA nos anos 1950, que se apresentam como “vício” profissional e analítico (jornalistas e cientistas políticos midiáticos) nas operações e análises de campanhas eleitorais. Diversamente do proposto por muitos dos especialistas em campanhas eleitorais, não há um modelo único de comportamento eleitoral. Países, estados, municípios, bairros, comunidades de comunicação constroem de forma específica o *quadro reputacional* para julgar candidaturas. Assim, a compreensão sobre as características do *quadro reputacional*, objetivada nas pesquisas qualitativas que analisamos, mostra-se, em nosso ponto de vista, como condição essencial para a construção de elementos comunicativos e de lógicas analíticas sobre o comportamento eleitoral. Assim, nas eleições municipais, os eleitores de cada município, na relação com o mundo que os cerca (mundo objetivo), em conjunto com a interpretação que fazem desse mundo (mundo percebido), projetam, nas interações sociais, o julgamento da política, por intermédio da construção social do *quadro reputacional*. Na medida em que os municípios são distintos em características objetivas (demografia, geografia física, orçamento público, nível de industrialização etc.) e tendem a ser distintos na forma com que são percebidos pelos eleitores, o *quadro reputacional* derivado dessas apreensões em cada

município não se apresenta como modelo único. Dessa forma, os modelos “pré-fabricados” de muitas campanhas eleitorais, as análises “comoditizadas” de muitos comentaristas midiáticos que consideram o eleitorado de forma homogênea, independentemente do município, da cultura, da estrutura social, das comunidades de comunicação a que pertencem, mostram-se demasiadamente equivocadas. Nesse sentido, reafirmamos que o *quadro reputacional* em cada município e, em última instância, como unidade mínima de análise social, em cada comunidade de comunicação, encontra-se visceralmente alinhado com a proposição trina da matriz filosófica pragmatista (POGREBINSCHI, 2005): renega os dogmas, protagoniza o contexto social e rege fatos futuros.

REFERÊNCIAS

- ABREU, A. S. **A arte de argumentar**: gerenciando razão e emoção. 13. ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2009.
- ARISTÓTELES. **Retórica**. São Paulo: Edipro, 2011.
- BAKER, M. (org.). **Administração de marketing**: um livro inovador e definitivo para estudantes e profissionais. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. 25. ed. Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 2005.
- BERGER, P. L. **Perspectivas sociológicas**: uma visão humanística. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.
- BLUMER, H. A natureza do Interacionismo Simbólico. In: MORTENSEN, C. (org.). **Teoria da comunicação**: textos básicos. São Paulo: Mosaico, 1980, p. 119-138.
- BOBBIO, N. **Direita e Esquerda**: razões e significados de uma distinção política. 3. ed. São Paulo, 2011: Editora Unerp.
- BOURDIEU, P. **A distinção**: crítica social do julgamento. Porto Alegre, 2017: Editora Zouk.
- BOUDON, R. **Tratado de Sociologia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1995.
- BRAMSON, L. **O conteúdo político da sociologia**. São Paulo: Editora Fundo de Cultura, 1963.
- CARDOSO, T. Conjunturas imaginárias do jovem Peirce sobre a construção social da realidade. In: **Lembrar Peirce?** 17ª Jornada Peirceana do CIEP, Número 17, p 85-98. São Paulo: PUC-SP, 2021. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/1qT758k2qYVjVj9pgAmuYtIzFeUitqUkp/view>>. Acesso em: 15 out. 2021.
- CARLÓN, M. Tras los pasos de Verón...Un acercamiento a las nuevas condiciones de circulación del sentido en la era contemporânea. **Galáxia**, São Paulo, v. 43, p. 5-25, jan-abr, 2020.
- CASTRO, M. **Determinantes do Comportamento Eleitoral** – A centralidade da Sofisticação Política. Tese de Doutorado em Ciência Política. Rio de Janeiro: IUPERJ, 1994.
- CHAMPAGNE, P. **Formar a Opinião**: O Novo Jogo Político. Petrópolis: Vozes, 1998.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHARAUDEAU, P. **Linguagem e discurso**: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2012.

- COLLINS, R. **Quatro tradições sociológicas**. Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 2009.
- CUNHA, A. **Dicionário etimológico da língua portuguesa**. 4. ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.
- DEWEY, J. (1927) O público e seus problemas. **Excertos - Em busca do público**. Disponível em: <<https://docero.com.br/doc/sx8850e>>. Acesso em: 10 dez. 2021.
- DOWNS, A. **Uma Teoria Econômica da Democracia**. São Paulo: Edusp, 1999.
- ECO, U. **Kant e o ornitorrinco**. Rio de Janeiro: Record, 1998.
- ECO, U.; SEBEOK, T. A. **O signo de três**. São Paulo: Perspectiva, 1991.
- ESTEVES, J. Públicos e comunicação: breves apontamentos sobre novos capítulos de uma aprendizagem recíproca. In: FRANÇA, V.; SIMÕES, P. **O modelo praxiológico e os desafios da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2018, p. 141-160.
- EUFRASIO, M. A. **Estrutura urbana e ecologia humana: a escola sociológica de Chicago (1915-1940)**. São Paulo: Editora 34, 2013.
- FARIAS, P. L. **Tipografia digital: o impacto das novas tecnologias**. Teresópolis-RJ: 2AB Editora, 2013.
- FARIAS, P. L. Semiótica e topografia: apontamentos para um modelo de análise. In: MORAES, D.; DIAS, R. A.; SALES, R. (orgs.). **Cadernos de estudos avançados em Design: Design e Semiótica**. Barbacena: EdUEMG, 2016, p. 45-56.
- FARINA, M.; PEREZ, C.; BASTOS, D. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 6. ed. São Paulo: Blucher, 2011.
- FIGUEIREDO, M. F. **Democracia, comportamento eleitoral e racionalidade do voto**. Tese de Doutorado em Ciência Política. São Paulo: USP, 1988.
- FIGUEIREDO, R. **O que é marketing político**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- FIORIN, José Luiz. **Modalização: da língua ao discurso**. Alfa, São Paulo, 44:171-192, 2000.
- FRANÇA V. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G.H.Mead. In: **Livro da Compós**, 2008, p. 71-91. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008.
- FRANÇA V. Comunicação e política: edifica-se uma tradição? Salvador: **Revista Eletrônica Compós** - facom.ufba.br, 2000.
- FRASER, T.; BANKS, A. **O guia completo da cor**. 2ª edição. São Paulo: Editora Senac, 2007.
- GOFFMAN, E. **Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face**. 2. ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 2012.

GOMES, F. S. **Gênesis habermasiana e o caso de Catende**: pragmática universal e a economia solidária. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Ebape/FGV, 2007.

GOMES, W. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2007.

HABERMAS, J. **Racionalidade e comunicação**. Lisboa: Edições 70, 1996.

HABERMAS, J. **Conhecimento e interesse**. São Paulo: Unesp, 2014.

HELLER, E. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Editora Gustavo Gil, 2013.

HENRIQUES, M. Promoção do interesse e projeção da experiência: a formação dos públicos na interação com as organizações. In: FRANÇA, V.; SIMÕES, P. **O modelo praxiológico e os desafios da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2018, p. 141-160.

HOLLIS, R. **Design Gráfico**: uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2016.

HOCHULI, J. **O detalhe na tipografia**: uma explicação resumida e precisa sobre as questões que se ocupam da legibilidade dos textos. São Paulo: Martins Fontes, 2013.

IASBECK, Luiz C. A. Imagem e reputação na gestão da identidade organizacional. **Organicom**, [S. l.], v. 4, n. 7, p. 85-97, 2007.

INSTITUTO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Relatório: aglomerados subnormais**. 2010. (IBGE, 2010a). Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/92/cd_2010_aglomerados_subnormais.pdf>. Acesso em: 12 set. 2021.

INSTITUTO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Panorama**: Paty do Alferes, 2010. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/paty-do-alferes>>. Acesso em: 12 set. 2021.

INSTITUTO PEREIRA PASSOS (IPP). **Data Rio** (2019a). Tabela 2642 - Área ocupada pelas favelas cadastradas segundo as Áreas de Planejamento (AP) e Regiões Administrativas (RA) - Município do Rio de Janeiro - 1999/2019. Disponível em: <<https://www.data.rio/documents/%C3%A1rea-ocupada-pelas-favelas-cadastradas-segundo-as-%C3%A1reas-de-planejamento-ap-e-regi%C3%B5es-administrativas-ra-munic%C3%ADpio-do-rio-de-janeiro-1999-2019/about>>. Acesso em: 12 set. 2021.

INSTITUTO PEREIRA PASSOS (IPP). **Data Rio** (2019b). Tabela 746 - Número de empregos, por grau de instrução, segundo as faixas salariais - Município do Rio de Janeiro – 2019. Disponível em: <<https://www.data.rio/documents/n%C3%BAmero-de-empregos-por-grau-de-instru%C3%A7%C3%A3o-segundo-as-faixas-salariais-no-munic%C3%ADpio-do-rio-de-janeiro-entre-2001-2019/about>>. Acesso em: 12 set. 2021.

INSTITUTO PEREIRA PASSOS (IPP). **Data Rio** (2019c). Tabela 2632- Número de estabelecimentos por atividade econômica segundo as Áreas de Planejamento (AP), Regiões Administrativas (RA) e Bairros - Município do Rio de Janeiro – 2019. Disponível em: <<https://www.data.rio/documents/n%C3%BAmero-de-estabelecimentos-por-atividade-econ%C3%B4mica-segundo-as-%C3%A1reas-de-planejamento-ap-regi%C3%B5es-administrativas-ra-e-bairros-no-munic%C3%ADpio-do-rio-de-janeiro-em-2005-2019/about>>. Acesso em: 12 set. 2021.

INSTITUTO PEREIRA PASSOS (IPP). **Data Rio** (2020a). Tabela 728 - Movimento médio diário de passageiros, segundo os transportes rodoviário, ferroviário, hidroviário e aeroviário no Município do Rio de Janeiro entre 1995-2020. Disponível em: <<https://www.data.rio/documents/movimento-m%C3%A9dio-di%C3%A1rio-de-passageiros-segundo-os-transportes-rodovi%C3%A1rio-ferrovi%C3%A1rio-hidrovi%C3%A1rio-e-aerovi%C3%A1rio-no-munic%C3%ADpio-do-rio-de-janeiro-entre-1995-2020/about>>. Acesso em: 12 set. 2021.

INSTITUTO PEREIRA PASSOS (IPP). **Data Rio** (2020b). Tabela 1736 - Total de linhas, frota operante, passageiros transportados, viagens realizadas, quilometragem coberta, combustível utilizado e pessoal ocupado pelo sistema de ônibus no Município do Rio de Janeiro entre 1984-2020. Disponível em: <<https://www.data.rio/documents/total-de-linhas-frota-operante-passageiros-transportados-viagens-realizadas-quilometragem-coberta-combust%C3%ADvel-utilizado-e-pessoal-ocupado-pelo-sistema-de-%C3%B4nibus-no-munic%C3%ADpio-do-rio-de-janeiro-entre-1984-2020/about>>. Acesso em: 12 set. 2021.

INSTITUTO PEREIRA PASSOS (IPP). **Data Rio** (2019d). Tabela 2674 - Chegada de turistas pelo Município do Rio de Janeiro, por vias de acesso, segundo continentes e países de residência permanente entre 2006-2019. Disponível em: <<https://www.data.rio/documents/chegada-de-turistas-pelo-munic%C3%ADpio-do-rio-de-janeiro-por-vias-de-acesso-segundo-continentes-e-pa%C3%ADses-de-resid%C3%AÂncia-permanente-entre-2006-2019/about>>. Acesso em: 12 set. 2021.

INSTITUTO PEREIRA PASSOS (IPP). **Data Rio** (2000). Tabela 533 - Indicadores de Educação: atendimento educacional ao adolescente e jovem, percentual de adolescentes e jovens por nível educacional e frequência escolar, por Bairros ou grupos de Bairros, incluindo definições, em 1991/2000. Disponível em: <<https://www.data.rio/documents/indicadores-de-educa%C3%A7%C3%A3o-atendimento-educacional-ao-adolescente-e-jovem-percentagem-de-adolescentes-e-jovens-por-n%C3%ADvel-educacional-e-frequ%C3%AÂncia-escolar-por-bairros-ou-grupos-de-bairros-incluindo-defini%C3%A7%C3%B5es-em-1991-2000/about>>. Acesso em: 12 set. 2021.

INSTITUTO PEREIRA PASSOS (IPP). **Data Rio** (2020c). Tabela 2182 - Educação Básica - Distorção série-idade no ensino fundamental e médio, segundo as Dependências Administrativas - Município do Rio de Janeiro - 2007-2020. Disponível em: <<https://www.data.rio/documents/educa%C3%A7%C3%A3o-b%C3%A1sica-distor%C3%A7%C3%A3o-s%C3%A9rie-idade-no-ensino-fundamental-e-m%C3%A9dio-segundo-as-depend%C3%AÂncias-administrativas-entre-2000-2020/about>>. Acesso em: 12 set. 2021.

INSTITUTO PEREIRA PASSOS (IPP). **Data Rio** (2007). Tabela 2143 - Número de turistas e renda gerada no Rio de Janeiro, segundo o período - 2007. Disponível em:

<<https://www.data.rio/documents/n%C3%BAmero-de-turistas-e-renda-gerada-no-rio-de-janeiro-segundo-o-per%C3%ADodo-do-carnaval-e-a-esta%C3%A7%C3%A3o-do-ver%C3%A3o-2007/about>>. Acesso em: 12 set. 2021.

INSTITUTO PEREIRA PASSOS (IPP). **Data Rio** (2021). Tabela 2134 - Homicídio doloso, roubo a transeunte, roubo de veículos e furto de veículos, segunda Áreas Integradas de Segurança Pública (AISP), Delegacias de Polícia (DP) e Regiões Administrativas (RA) no Município do Rio de Janeiro entre 2003-2021. Disponível em:

<<https://www.data.rio/documents/homic%C3%ADdio-doloso-roubo-a-transeunte-roubo-de-ve%C3%ADculos-e-furto-de-ve%C3%ADculos-segundo-%C3%A1reas-integradas-de-seguran%C3%A7a-p%C3%ABlica-aisp-delegacias-de-pol%C3%ADcia-dp-e-regi%C3%B5es-administrativas-ra-no-munic%C3%ADpio-do-rio-de-janeiro-entre-2003-2021/about>>. Acesso em: 12 set. 2021.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA - IPEA. **Atlas da Violência 2021**. Disponível em: <<https://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/arquivos/artigos/1375-atlasdaviolencia2021completo.pdf>>. Acesso em: 12 set. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Relatório: aglomerados subnormais** (IBGE, 2010a). Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/92/cd_2010_aglomerados_subnormais.pdf>. Acesso em: 12 set. 2021.

JAKOBSON, R. **Linguística e comunicação**. São Paulo: Cultrix, 2010.

LACLAU, E.; MOUFFE, C. **Hegemonia e estratégia socialista**: por uma política democrática radial. São Paulo: Editora Intermeios, 2015.

LACLAU, E. Desconstrução, pragmatismo, hegemonia. *In*: MOUFFE, C. (org.). **Desconstrução e Pragmatismo**. Rio de Janeiro: Mauad editora, 2017. Cap.5, p. 77-106.

LEEUWEN, T.; KRESS, G. **Reading images**: the grammar of visual designs. New York: Routledge, 2021.

LEVINE, D. (1931). **Visões da tradição sociológica**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MARTINO, L. **10 lições sobre Goffman**. Petrópolis-RJ, 2021.

MORRIS, C. W. **Mente, self e sociedade**. Aparecida-SP: Ideias & Letras, 2010.

MORRIS, C. W. **Fundamentos da teoria dos signos**. São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1976.

MOUFFE, C. Desconstrução, pragmatismo e a política da democracia. *In*: MOUFFE, C. (org.) **Desconstrução e Pragmatismo**. Rio de Janeiro: Mauad editora, 2017. Cap.1, pp. 9 a 25.

OUTHWAITE, W.; BOTTOMORE, T. **Dicionário do pensamento social do século XX**. Rio de Janeiro: Zahar, 1996.

POGREBINSCHI, T. Será o neopragmatismo pragmatista? Interpelando Richard Rorty. **Novos estudos CEBRAP**, número 74, p. 125-138, São Paulo: CEBRAP, 2006. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/nec/i/2006.n74/>>. Acesso em 23 out. 2021.

POGREBINSCHI, T. **Pragmatismo: teoria social e política**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2005.

PRADO, J. L. A. **Convocações e biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**. São Paulo: EDUC: FAPESP, 2013.

PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. Secretaria Municipal de Saúde (SMS). Conselho Municipal de Saúde. **Relatório de Gestão da Saúde** (RAG, 2019). Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/documents/73801/bb5815d6-f11b-4903-b9bd-638efa646a79>>. Acesso em: 12 set. 2021.

PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. Secretaria Municipal de Saúde (SMS). Conselho Municipal de Saúde. **Relatório de Gestão da Saúde** (RAG, 2020). Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/documents/73801/bce3e455-8e29-4aab-aa86-17d0ee79cddc>>. Acesso em: 12 set. 2021.

QUÉRÉ, L. De um modelo epistemológico da comunicação a um modelo praxiológico. In: FRANÇA, V.; SIMÕES, P (orgs.). **O modelo praxiológico e os desafios da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2018, p. 15-50.

RORTY, R. Resposta a Ernesto Laclau. In: MOUFFE, C. (org.). **Desconstrução e Pragmatismo**. Rio de Janeiro: Mauad editora, 2017. Cap. 6, p. 107-117.

SANDSTROM, K. L.; MARTIN, D.D.; FINE, G.A. **Símbolos, selves e realidade social: uma abordagem interacionista simbólica à psicologia social e à sociologia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

SANTAELLA, L. **Matrizes da linguagem e pensamento: sonora visual verbal: aplicações na hipermídia**. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SANTAELLA, L. **Percepção: fenomenologia, ecologia, semiótica**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

SANTAELLA, L. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Cengage Learning, 2018.

SANTAELLA, L.; NOTH, W. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SANTAELLA, L.; NÖTH, W. **Estratégias semióticas da publicidade**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

SILVEIRA, F. **A decisão do voto no Brasil**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1998.

Site do INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IBGE-Cidades@. Rio de Janeiro. **Panorama**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/rio-de-janeiro/panorama>>. Acesso em: 12 set. 2021.

Site da FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – FIRJAN (2018). **Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal**. Disponível em: <<https://www.firjan.com.br/ifdm/>>. Acesso em: 12 set. 2021.

Site da PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. **Secretaria Municipal de Educação** (SME, 2021). Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/web/sme/educacao-em-numeros>>. Acesso em: 12 set. 2021.

Site do TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL -TSE. **Estatísticas eleitorais do tse.jus.br** (2020). Disponíveis em: <<https://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatisticas-eleitorais>>. Acesso em 03 out. 2021.

SPIEKERMANN, E. **A linguagem invisível da tipografia**: escolher, combinar e expressar com tipos. São Paulo: Blucher, 2021.

THOMAZ, J. C.; BRITO, E. P. Z. **Comunicação Corporativa**: contribuição para a reputação das organizações. **Organicom**, [S. l.], v. 4, n. 7, p. 140-157, 2007. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2007.138949. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138949>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Estudos socioeconômicos**: municípios do estado do Rio de Janeiro – Paty do Alferes. Rio de Janeiro: TCE-RJ, 2019.

WILSON, D. e SPERBER, D. **Teoria da Relevância**. Linguagem em (Dis)curso - LemD, Tubarão, v. 5, n. esp., p. 221-268, 2005. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Deirdre-Wilson-2/publication/277198940_Teoria_da_relevancia/links/55a4cf8308ae5e82ab1f5c9a/Teoria-da-relevancia.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2021.

WATZLAWICK, P.; BEAVIN, J.; JACKSON, D. **Pragmática da comunicação humana**. São Paulo: Cultrix, 2007.

WITTGENSTEIN, L. **Anotações sobre as cores**. Campinas-SP: Editora Unicamp, 2011.