intexto
E-ISSN 1807-8583

UFRGS
PPGCOM

Artigo

A neutralização estratégica do acontecimento público: enchentes de maio na campanha eleitoral de Sebastião Melo à prefeitura de Porto Alegre

Sara Alves Feitosa
Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja, São Borja, RS, Brasil
ORCID https://orcid.org/0000-0003-3689-8337

Fiorenza Zandonade Carnielli
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Departamento de Comunicação, Porto Alegre, RS, Brasil
ORCID https://orcid.org/0000-0001-7988-7828

Janaína Gomes
Universidade Federal de Santa Maria, Departamento de Ciências da Comunicação, Frederico Westphalen, RS, Brasil
ORCID https://orcid.org/0000-0002-9477-7261

Resumo

Este estudo analisa as estratégias de comunicação aplicadas por Sebastião Melo em sua campanha de reeleição à prefeitura de Porto Alegre, focando na abordagem das enchentes de maio de 2024. A pesquisa examinou 43 programas do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, utilizando métodos quanti-quali e análise de conteúdo. No primeiro turno, 12,3% do tempo de propaganda de Sebastião Melo abordou as enchentes, com ele sendo o principal porta-voz. No segundo turno, a abordagem caiu para 3,1%, com menor diversidade de vozes. Essa redução indica uma mudança estratégica, minimizando a centralidade das enchentes no debate eleitoral. Enquanto no primeiro turno Melo equilibrou discursos emocionais e técnicos para reforçar sua gestão, no segundo turno houve um silenciamento do tema, evitando confrontos eleitorais. A análise sugere que Melo adotou estratégias de silenciamento e neutralização do acontecimento público das enchentes, propondo uma imagem de liderança eficaz, o que contribuiu para sua reeleição.

Palavras-chave

acontecimento público; eleições municipais; enchentes de maio de 2024; Rio Grande do Sul; horário gratuito de propaganda eleitoral

1 Introdução

As enchentes que atingiram o Rio Grande do Sul em maio de 2024, com destaque para os impactos na cidade de Porto Alegre, configuraram-se como um acontecimento público de proporções trágicas e inegável repercussão social, política, econômica e midiática. Com 160.210 pessoas afetadas, 39.422 edificações danificadas e a interrupção de serviços essenciais, o desastre expôs de forma contundente a vulnerabilidade da infraestrutura urbana e colocou em evidência a responsabilidade do poder público diante de uma emergência climática sem precedentes no estado.

No contexto das eleições municipais realizadas no mesmo ano, o tema das enchentes assumiu potencial para se tornar eixo estruturante do debate eleitoral. Como apontam Quéré (2011) e Maria Helena Weber (2011, 2017), os acontecimentos públicos mobilizam redes de comunicação, disputas de sentido e expectativas sociais, configurando-se como arenas simbólicas nas quais diferentes atores buscam definir o ocorrido, atribuir responsabilidades e construir legitimidade. Em uma conjuntura de crise, a forma como um candidato se posiciona discursivamente diante do acontecimento pode ser decisiva para a consolidação de sua imagem pública (Weber, 2025).

O objetivo deste artigo é investigar as estratégias de construção de imagem pública adotadas na campanha eleitoral de 2024 do prefeito reeleito de Porto Alegre, Sebastião Melo, em relação à abordagem do acontecimento público das enchentes de maio de 2024 do Rio Grande do Sul. Sebastião Melo (MDB), prefeito de Porto Alegre (2021-2024), concorreu à reeleição tendo Betina Worm (PL) como vice. Sua candidatura foi apoiada por PP, PSD, PRD, Solidariedade, Podemos e Republicanos. No primeiro turno das eleições, ocorrido em seis de outubro de 2024, Melo alcançou 49,72% dos votos válidos, à frente das concorrentes Maria do Rosário (PT, 26,28%) e Juliana Brizola (PDT, 19,69%), que também ocuparam tempo no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). Em 27 de outubro de 2024, Melo foi reeleito no segundo turno com 61,53% dos votos válidos. O político já foi vereador da capital, vice-prefeito e deputado estadual. Essa foi sua quarta disputa pela Prefeitura de Porto Alegre:

foi vice na chapa de José Fortunati em 2012 (eleito), candidato a prefeito em 2016 (2º lugar) e venceu as eleições de 2020 e de 2024.

Este trabalho integra uma investigação mais ampla sobre a tematização do desastre climático no HGPE dos três principais candidatos do pleito, sendo este recorte dedicado à análise exclusiva da campanha do candidato reeleito no HGPE. A escolha por focar a análise na campanha de Sebastião Melo justifica-se pela centralidade que sua candidatura assume no cenário eleitoral de 2024, especialmente diante da condição de governante em exercício durante o acontecimento das enchentes. Como prefeito em mandato, Melo ocupava posição estratégica tanto na esfera decisória quanto no campo simbólico da responsabilização pública frente à tragédia, o que conferia à sua campanha uma exposição diferenciada e exigências específicas de gestão da imagem. Além disso, investigar as estratégias comunicacionais do candidato vencedor permite compreender de que forma a abordagem – ou o silenciamento – do acontecimento público foi mobilizada de modo eficaz na construção de uma narrativa eleitoral bem-sucedida. Tal recorte contribui para aprofundar a reflexão sobre os modos como lideranças políticas lidam discursivamente com eventos críticos, especialmente quando estão em posição de poder e são interpeladas diretamente pelas consequências do acontecimento.

A análise está fundamentada em metodologia quanti-quali, com a análise de conteúdo (Bardin, 2016) de 43 programas televisivos do HGPE (30 do primeiro turno e 13 do segundo). As etapas analíticas, que serão detalhadas no texto, permitiram observar as variações estratégicas de presença, ausência e abordagem do acontecimento público entre os dois momentos da campanha. Ao explorar como a campanha de Melo operou a gestão simbólica do desastre, este estudo contribui para a reflexão sobre a comunicação pública em contextos eleitorais marcados por acontecimentos de emergência climática.

O artigo está estruturado de forma a apresentar, no próximo item, a discussão teórica sobre acontecimento público e disputa eleitoral direcionada à imagem pública. O terceiro tópico é dedicado à explicitação dos procedimentos adotados na condução do estudo, enquanto o quarto e quinto itens apresentam os resultados e análises decorrentes.

2 Acontecimento público e estratégias comunicacionais em disputas eleitorais

A escolha por analisar as estratégias de tematização das enchentes de maio de 2024 nos programas do HGPE do candidato Sebastião Melo à prefeitura de Porto Alegre na eleição de 2024 indica a sobreposição contextual de dois acontecimentos, entrelaçando-se em uma trama acontecimental (Carnielli, 2021). O primeiro deles, de ordem trágica e dimensões até então desconhecidas, concretiza na própria ideia de inundação o poder de afetação associado a um acontecimento (Quéré, 2011). O segundo, a eleição municipal, refere-se ao grande acontecimento público de uma democracia, planejado e esperado periodicamente para garantir o funcionamento de regras básicas desse regime de governação: alternância do poder, soberania da escolha popular e legitimidade pelo voto para o exercício do poder (Bobbio, 1986). Se a afetação pública das enchentes está marcada pela erupção do inesperado e desconhecido, às eleições confere-se o reconhecimento do esperado e familiar procedimento, quanto mais longeva e sólida for a democracia – o que, no Brasil, ocorre de forma contínua apenas desde 1989.

O acontecimento público é aquele que "[...] é fundamentalmente um acontecimento inscrito e tematizado em um registro específico, o dos problemas públicos e do seu tratamento pela acção pública" (Quéré, 2011, p. 27). Os acontecimentos passam a problemas públicos na medida em que, pela sua recepção pública e na ação dos públicos, são inscritos em um contexto, individualizando-se na experiência e definindo um campo problemático. A eles estão associados o poder de afetação e o poder hermenêutico (França, 2013), com alcance, danos e enfrentamentos da ordem pública. Ou seja, acontecimentos de tipo público afetam indivíduos reconhecidos naquela experiência enquanto públicos, com potencial para alargar o campo de sentido de apreensão da realidade a partir da percepção, formulação e do enfrentamento de problemas públicos.

Em função da múltipla afetação do acontecimento público, Weber (2011, 2017) destaca que estão sempre em disputa, pois convocam o Estado, a sociedade e as mídias à responsabilidade, providências, manifestações e justificações. O que entra em disputa é a própria definição dos sentidos do que ocorreu, seus responsáveis, suas causas e consequências, mas também serão disputadas a visibilidade e a relevância de indivíduos e instituições vinculados por sua responsabilidade direta ou que buscam se associar ao acontecimento para projeção de imagem pública positiva. São esses movimentos estratégicos

de apropriação e projeção de si sobre o acontecimento público que dão a ele contornos de espetáculo político-midiático (Weber, 2011), porque são capazes de gerar rendimentos do ponto de vista simbólico, político e econômico e de imagem pública.

O desenrolar temporal dos dois acontecimentos, com as enchentes precedendo as eleições municipais em cinco meses, revela uma questão pública e contextualiza sua problematização na situação eleitoral, submetendo-a à lógica das disputas pela conquista do voto. Então, se a problematização dos acontecimentos públicos é marcada por disputas por reconhecimento e imagem (Weber, 2011), nas eleições há ainda maior intensidade de investimentos políticos e comunicacionais para a projeção de uma imagem pública favorável. Ainda que os mandatários conduzam suas gestões sob a lógica da campanha permanente, no período efetivo da campanha eleitoral, recursos humanos, técnicos, tecnológicos e financeiros da comunicação estratégica e do marketing político são multiplicados e concentrados. É quando se impõe a equação da política provisória (Weber; Luz; Barreras, 2018), que indica a necessidade de submissão da política a estratégias de comunicação, marketing e propaganda para a formação da imagem pública do candidato. "Durante esse exíguo período de tempo (se comparado ao tempo da governabilidade e da representação), a política pode ser substituída por interpretações da ordem afetiva, em estratégias de visibilidade, da publicidade e da comunicação" (Weber, Luz, Barreras, 2018, p. 42).

O termo imagem pública, referente a um indivíduo ou organização, "[...] é um juízo *socialmente compartilhado* sobre a natureza deste indivíduo ou desta organização em um determinado momento e lugar e para determinado coletivo" (Gomes, 2025, p. 48). O conceito destaca o caráter coletivo e encaminha a atenção à disputa estratégica na qual atores individuais ou coletivos se engajam na cena pública. Para Weber (2025, p. 14), a imagem pública significa "[...] um processo complexo de construção, desconstrução e reconstrução, configurado qual um circuito comunicacional ininterrupto, mutável, frágil e em permanente tensão". Sob esse ponto de vista, a lógica normativa da esfera pública ganha contornos estratégicos e é atravessada pelos interesses privados e partidários, apontando para a prática política marcada pela competição para a produção e tentativas de controle de imagens públicas de sujeitos e instituições.

A sobreposição dos dois acontecimentos públicos – as enchentes e as eleições municipais – apresenta uma dupla e paradoxal valência: ao mesmo tempo em que revela e pauta o problema público em um momento privilegiado de debate e decisão popular, também o enquadra e o submete ao ápice da lógica da política de imagem (Gomes, 2025). A

observação da tematização das enchentes nos programas do HGPE do candidato Sebastião Melo volta-se precisamente à análise dessa dualidade, identificando as estratégias da campanha tanto para a contenção dos riscos quanto para a apropriação dos benefícios à imagem pública do candidato, por meio de sua associação ao acontecimento.

Na campanha eleitoral, o HGPE expressa a síntese de movimentos estratégicos de construção da imagem do candidato porque é um espaço autônomo definido pela lógica persuasiva da propaganda, ainda que acolha formatos próximos às dinâmicas noticiosas. Em revisão de literatura sobre o HGPE, Michele Massuchin e Fernanda Cavassana (2020) consideram que mesmo diante do crescimento da campanha online, a propaganda televisiva é relevante na conformação das coligações em disputa, para dar visibilidade aos partidos e marcar o tempo da política, cumprindo o papel de fonte de informação eleitoral e, portanto, sendo um importante elemento para a formação da opinião pública durante as eleições. No entanto, observa-se que o progressivo uso das redes sociais nas campanhas eleitorais têm influenciado diretamente os modos de produção do HGPE. Os programas televisivos passam a ser estruturados a partir da lógica de funcionamento das redes – com frases curtas, impactantes e facilmente recortáveis, voltadas à amplificação da imagem do candidato no ambiente digital. Assim, o HGPE deixa de ser apenas conteúdo televisivo para se tornar também matéria-prima estratégica para a circulação online, reforçando a integração entre comunicação eleitoral tradicional e plataformas digitais.

Embora se reconheça que a lógica das redes digitais afeta de maneira crescente a produção e circulação de mensagens políticas, esta pesquisa se restringe à análise do *corpus* HGPE televisivo. Trata-se, portanto, de um recorte que não abarca o ambiente digital, mas se concentra nas estratégias específicas do HGPE na televisão. Todavia, a incidência das mídias sociais no HGPE se coloca como caminho relevante para pesquisas futuras que articulem televisão e mídias digitais em campanhas eleitorais.

3 Procedimentos metodológicos

O artigo insere-se no campo da Comunicação Pública e adota uma abordagem metodológica quanti-qualitativa e descritiva, com ênfase na análise das estratégias voltadas à construção de imagem pública em situação de disputa de um acontecimento público. O foco da investigação recai sobre a forma como o prefeito reeleito de Porto Alegre abordou o

acontecimento público das enchentes de maio de 2024 durante sua campanha no HGPE, nos dois turnos da eleição municipal.

O *corpus* analisado é composto por 43 programas de televisão do HGPE protagonizados por Sebastião Melo, sendo 30 referentes ao primeiro turno, veiculados entre os dias 30 de agosto e 3 de outubro de 2024 (exceto domingos), e 13 do segundo turno, exibidos entre 11 e 25 de outubro. Os programas foram coletados a partir de canais públicos no YouTube e do monitoramento direto da programação televisiva, com o suporte de ferramentas de captura e transcrição automática. A coleta concentrou-se nas edições exibidas no início da tarde, considerando sua repetição nos dois blocos diários. O *corpus* delimitado corresponde exclusivamente aos programas do HGPE televisivo. Não foram considerados materiais de redes sociais ou outras formas de circulação digital, ainda que se reconheça sua relevância para o debate público contemporâneo.

A exploração do material audiovisual, considerando aspectos textuais e imagéticos, foi empreendida por meio de análise de conteúdo (Bardin, 2016), organizada em dois movimentos analíticos. O primeiro deles objetivou a identificação da presença do tema enchentes na totalidade dos programas e das características de sua abordagem ao longo dos dois turnos eleitorais. O segundo movimento analítico orientou-se à interpretação dos sentidos produzidos nos trechos do HGPE selecionados na primeira etapa da análise em que o tema enchentes foi abordado.

O primeiro movimento analítico foi operacionalizado a partir de protocolo sistematizado de codificação desenvolvido pela equipe de pesquisa, estruturado em um livro de códigos[1]. Esse protocolo orientou a categorização das ocorrências do tema "enchentes" nos programas eleitorais, contemplando: presença do tema, tempo de exposição, agentes discursivos mobilizados, tipos de imagens associadas, posturas adotadas pelo candidato (descritiva, agressiva ou defensiva), termos utilizados para nomear o desastre, bem como as abordagens relativas às causas, efeitos e soluções. A codificação foi realizada com validação cruzada entre pesquisadoras e discentes envolvidos na investigação[2], assegurando a confiabilidade dos dados. As informações foram organizadas em planilhas para subsidiar a quantificação de frequência, tempo e ênfase da abordagem do tema enchentes possibilitando uma visão abrangente das estratégias discursivas e visuais utilizadas ao longo da disputa.

[1] O Livro de Código da pesquisa está disponível no Livro de códigos HGPE (2024).
[2] Além das três autoras, a equipe de codificação foi composta por quatro graduandos dos cursos de Jornalismo e Relações Públicas da UFRGS: Ana Noronha, Ângelo Rockenbah, Marihá Maris Maria e Matheus Oliveira

O segundo movimento analítico privilegiou a abordagem qualitativa, com a interpretação dos sentidos produzidos nos trechos do HGPE com presença do tema enchentes com vistas à boa imagem pública do candidato. Em relação aos conteúdos textuais, a partir da transcrição dos trechos foi realizada exploração lexical por meio de recursos do software IRaMuTeQ, especificamente: (a) produção de nuvem de palavras para observar aquelas mais recorrentes; (b) visualização do gráfico de similitude para inferir a estrutura de construção do texto e os temas de relativa importância a partir da coocorrência entre as palavras. O software foi, portanto, empregado como apoio ao processo interpretativo, permitindo a exploração analítica a partir da frequência de termos, coocorrências, classes de segmentos de texto, sem objetivos de representação estatística.

Após a identificação e categorização dos trechos em que o tema das enchentes esteve presente (primeiro movimento) e da exploração da relação entre palavras do conteúdo transcrito do HGPE (segundo movimento), a análise final concentrou-se na interpretação das abordagens narrativas adotadas pela campanha. Portanto, com base nos aspectos textuais, visuais e sonoros categorizados nas duas primeiras fases, a interpretação final buscou expressar as estratégias de sensibilização, como o uso dos tons emocional e técnico na comunicação do candidato, os apelos à solidariedade, empatia e liderança afetiva, bem como aqueles aspectos associados a uma retórica de eficiência e gestão racional, com ênfase em medidas práticas e ações administrativas. Dessa forma, foi possível perceber as variações no modo como o acontecimento público foi representado ao longo da campanha, especialmente entre os dois turnos, e compreender como diferentes modulações narrativas foram acionadas para reforçar a imagem pública do candidato diante de uma tragédia de alta repercussão social e política.

4 Frequência, tempo de exposição e ênfase do tema enchentes

A análise que segue se ancora na compreensão do acontecimento público como fenômeno marcado pela disputa de sentidos, pela visibilidade e pela possibilidade de neutralização de sua potência crítica (Quéré, 2011; Weber, 2017). A partir desses conceitos, busca-se interpretar de que modo as enchentes de maio de 2024 foram incorporadas, ou silenciadas, no HGPE de Sebastião Melo, entendendo que o acontecimento, ao tornar-se público, abre-se a múltiplas interpretações, apropriações e tentativas de fechamento narrativo. Assim, a investigação da campanha de Sebastião Melo no Horário Gratuito de

Propaganda Eleitoral (HGPE) das eleições municipais de 2024 em Porto Alegre procura revelar como o candidato acionou estratégias discursivas para disputar a visibilidade do desastre, tensionando entre sua afetação social e os esforços de enquadramento voltados à neutralização do tema como questão política. Os dados evidenciam uma variação significativa na presença e no tratamento do tema das enchentes entre o primeiro e o segundo turno na campanha do candidato vencedor. No primeiro turno, o tema foi mencionado em 13 dos 30 programas exibidos, representando 43% do total. O tempo total de propaganda do candidato neste turno somou 2 horas, 48 minutos e 15 segundos, dos quais 20 minutos e 43 segundos foram dedicados ao tema das enchentes, o equivalente a 12,3% do tempo total de exibição. No que se refere aos agentes discursivos, observa-se que: Sebastião Melo foi o principal porta-voz, falando sobre o tema em 11 programas, correspondendo a 37% do tempo dedicado às enchentes; apresentadores aparecem em sete programas, com 23% do tempo; narradores *off*[3] também participaram em sete programas, igualmente com 23%; populares apareceram em três programas (10%); especialistas foram ouvidos em dois programas, representando 7% do tempo.

Já no segundo turno, houve uma retração expressiva na presença do tema. Dos 13 programas veiculados, apenas dois abordaram as enchentes, o que equivale a 15%. O tempo total da propaganda de Melo neste turno foi de 1 hora e 5 minutos, sendo que o tema foi mencionado por apenas dois minutos e dois segundos – correspondendo a 3,1% do tempo total. Além da queda no tempo e na frequência, chama atenção o fato de que, no segundo turno, o candidato não se manifesta diretamente sobre o tema em nenhum dos programas. A fala sobre as enchentes é atribuída majoritariamente a apresentadores (40%) e narradores (40%), com os populares representando os 20% restantes.

Em relação aos tipos de imagens veiculadas no tempo de abordagem do tema enchentes, no primeiro turno destaca-se o uso de animações e grafismos (27%), que tiram a intensidade dramática das cenas de registro da enchente e de seus estragos. No segundo turno, quando o universo foi reduzido a dois programas em que o tema foi incluído, as animações e grafismos entraram em menor proporção, enquanto foi maior o foco em cenas do período e pós-enchentes.

A observação da postura considerou apenas os trechos em que o próprio candidato abordou as enchentes, sendo classificada como descritiva, defensiva ou agressiva. No

[3] No contexto deste trabalho, o termo narrador *off* é empregado para se referir à voz que narra ou comenta a ação, mas cuja fonte (o locutor ou narrador) não é visível na imagem (ou no campo da câmera/quadro, no caso de produções audiovisuais).

primeiro turno, Melo assume postura descritiva em 59% dos casos, defensiva em 35% e agressiva em 6%. Dessa forma, Melo prioriza a descrição, com registro e reconhecimento das enchentes, evitando atacar ou indicar a responsabilidade a terceiros. Com isso, não transfere o problema a outros, buscando indicar que foi capaz de lidar com ele enquanto prefeito. A incidência da postura defensiva indica ainda que Melo se defendeu dos ataques das candidatas concorrentes, performando, consequentemente, a postura de atacado. No segundo turno, Melo não foi o falante do tema nos dois programas que tratam das enchentes, de modo que essa ausência denota a postura de afastamento do candidato em relação ao assunto, constituindo-se em uma estratégia de silenciamento do tema.

Por fim, foi verificada a frequência com que as causas, efeitos e soluções das enchentes de maio de 2024 foram abordadas nos programas. No primeiro turno, Melo evitou explorar as causas do desastre em 82% das menções ao tema. As causas foram apontadas em apenas quatro ocasiões: uma referente à má gestão e falta de manutenção, duas vezes a causas naturais e uma vez à crise climática ou ambiental. Já a abordagem dos efeitos ou consequências do desastre foi significativa, presente em 73% das ocorrências nos programas do primeiro turno, com mais ênfase às consequências sociais (60% dos casos), seguida dos efeitos e consequências econômicas (40%) e nenhuma referência a efeitos ambientais. A apresentação de soluções para o desastre foi presente em 55% dos casos no primeiro turno. Melo enfatizou a resposta emergencial em 45% das ocorrências, destacando as ações de socorro realizadas durante a crise para reforçar sua atuação como prefeito. Já as soluções relacionadas à prevenção apareceram em 36% dos programas e à reconstrução em 18%.

No segundo turno, a estratégia da campanha de Melo foi de quase completo apagamento do tema das enchentes de maio, abordado em apenas dois dos treze programas. Em um dos programas, as causas foram atribuídas a fatores naturais e incontroláveis; as consequências do desastre foram abordadas nos dois programas, com ênfase nas dimensões econômicas e sociais e manutenção da ausência de efeitos ambientais; as soluções, por sua vez, foram apresentadas nos dois programas, relacionadas a ações de prevenção, resposta e reconstrução.

A análise do HGPE demonstrou que a abordagem eleitoral do acontecimento público foi estrategicamente direcionada na campanha de Sebastião Melo para seu silenciamento progressivo e sua neutralização na permanência minimizada no segundo turno, de modo a conter possíveis ônus para a imagem do candidato. Essa escolha estratégica é bem sinalizada no fato de que Melo não falou, ele mesmo, nenhuma vez sobre o acontecimento das enchentes

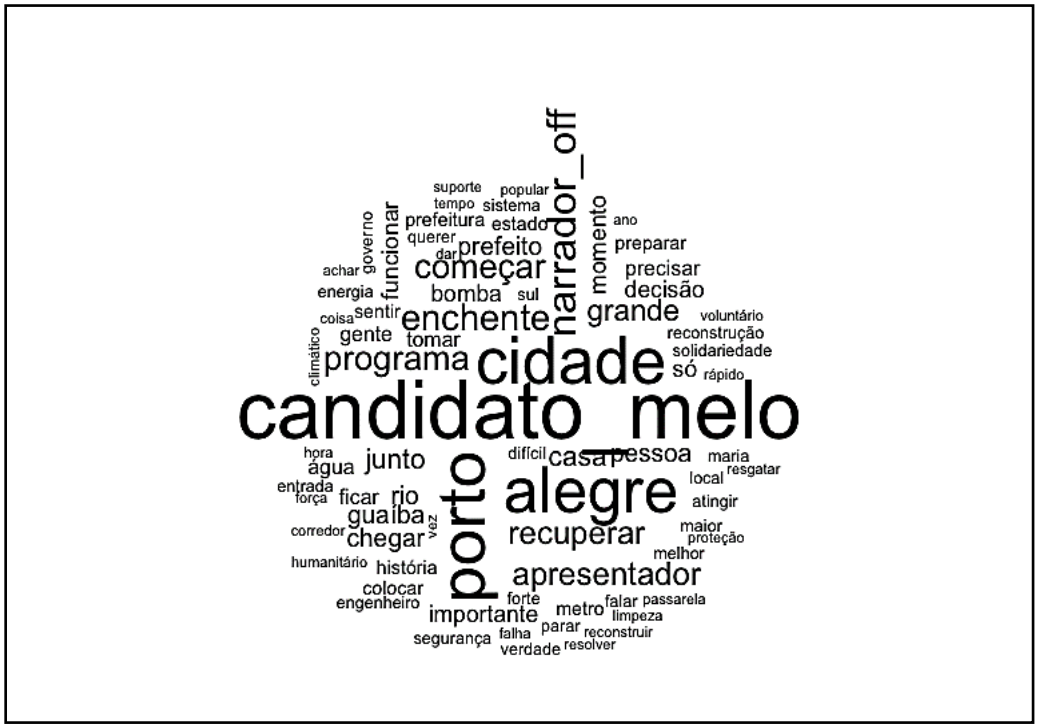
nos programas do segundo turno. O tema perde presença ao longo da campanha e também no tempo proporcionalmente dedicado à sua abordagem, caracterizando um quadro de neutralização da potência hermenêutica do acontecimento (Quéré, 2011; França, 2013) ao evitar tanto o tema quanto uma reflexão mais aprofundada sobre as enchentes de maio.

5 Estratégias de silenciamento e neutralização do acontecimento público

No segundo movimento analítico, o objetivo é identificar os principais núcleos de sentido relacionados ao tratamento do tema enchentes e compreender as estratégias utilizadas para a construção de sua imagem pública favorável diante da tragédia climática.

Os excertos dos programas do HGPE foram selecionados com base na presença explícita do tema enchentes e sua articulação com a atuação do candidato. Utilizou-se o software IRaMuTeQ para análise textual das transcrições. A análise semântica expressa na nuvem de palavras (Figura 1) contribuiu para a percepção dos sentidos estrategicamente construídos.

Figura 1 - Nuvem de palavras gerada a partir das transcrições do HGPE de Sebastião Melo



Fonte: Elaborada pelas autoras.

Descrição da figura 1: A figura 1 apresenta uma nuvem de palavras gerada com base nos discursos do candidato Sebastião Melo no HGPE de 2024, em Porto Alegre. As palavras aparecem em diferentes tamanhos, conforme a frequência com que ocorrem no corpus. As palavras mais destacadas (com maior tamanho) são "candidato", "melo", "cidade", "porto" e "alegre", indicando a centralidade da identidade do candidato e da referência à cidade na comunicação. Outras palavras em destaque incluem "programa", "enchente", "narrador off", "recuperar", "apresentador", "prefeito", "decisão" e "solidariedade", o que aponta para a ênfase no discurso de reconstrução, liderança e resposta à crise climática. Há também termos como "gente", "voluntário", "proteção", "bomba", "guarda", "engenheiro" e "Guaíba", relacionados ao contexto da enchente e às ações de enfrentamento. A disposição das palavras é radial, sem eixo de leitura linear.

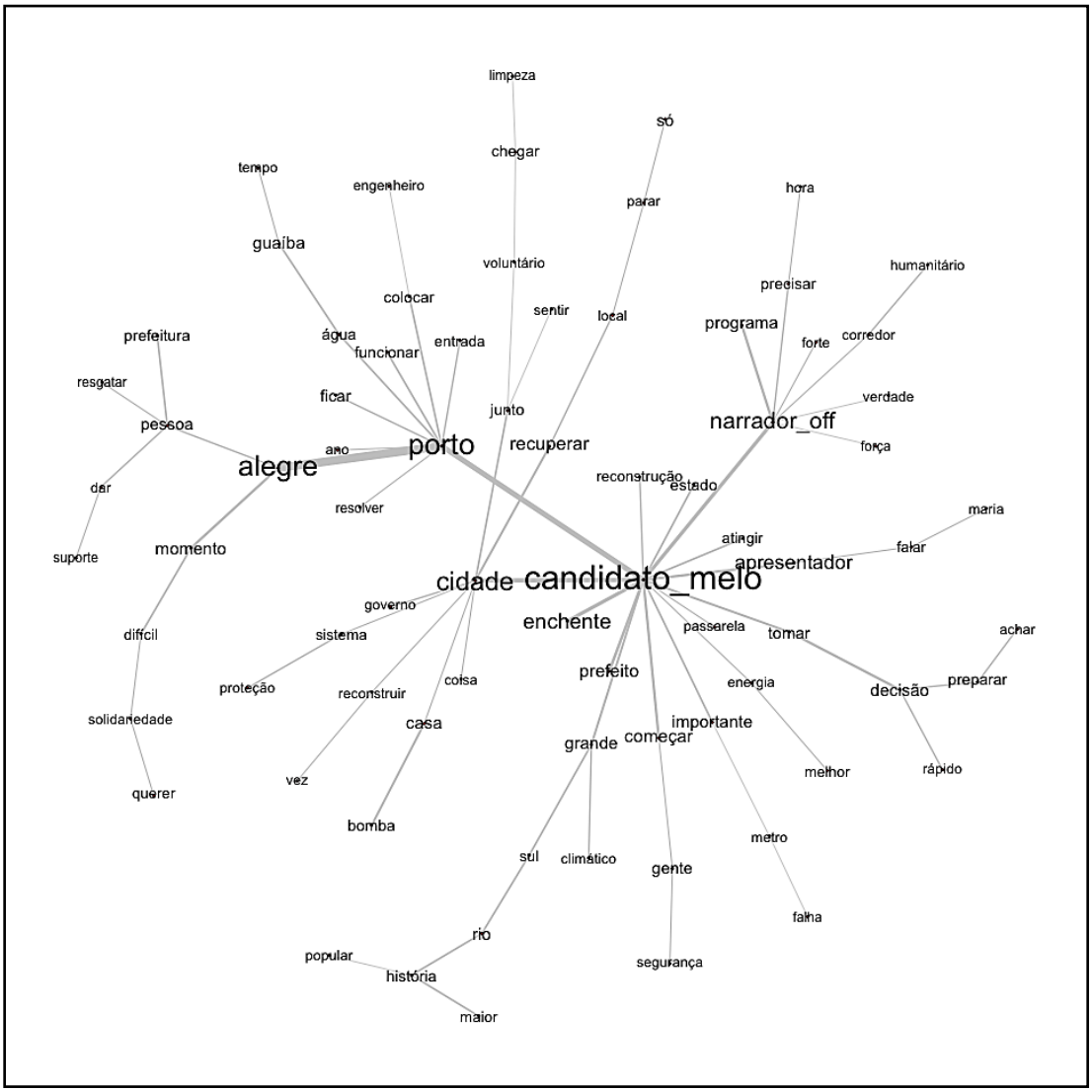
A nuvem de palavras (Figura 1) permite uma leitura inicial sobre os elementos centrais do discurso do candidato Sebastião Melo no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), sobre o tema das enchentes em Porto Alegre. A seguir, destacam-se alguns pontos-chave dessa análise preliminar: as palavras com maior tamanho (ou seja, mais frequentes no *corpus* analisado) são: (1) "candidato", "Melo" e "cidade" – sugerem a forte centralidade da figura do candidato e da construção de sua imagem pública associada diretamente à gestão urbana. (2) "Porto", "Alegre" – indicam o foco geográfico da narrativa, reafirmando o enraizamento do discurso na cidade e sua população. (3) "enchente", "gente", "prefeito", "recuperar", "programa" – mostram o eixo temático ligado à crise climática e à resposta governamental.

A nuvem de palavras evidencia uma estratégia de construção de imagem pública na disputa pelo acontecimento (Weber, 2011; 2017) centrada na personalização da gestão pública, associando o nome do candidato diretamente aos esforços de enfrentamento das enchentes. Além disso, há uma valorização do território ("Porto Alegre"); da ação ("recuperar", "programa [Porto Alegre Forte]", "[Plano de] reconstrução"); e da narrativa emocional com ênfase na solidariedade e união popular, ideias que estão expressas também na análise de similitude que representa a proximidade entre termos em um *corpus* textual.

O gráfico de similitude gerado pelo IRaMuTeQ (Figura 2), evidencia as ocorrências lexicais mais relevantes em um *corpus* – neste caso, os trechos do HGPE do candidato Sebastião Melo nas eleições de 2024, com foco nas enchentes em Porto Alegre –, sugere uma análise dos nós principais e campos semânticos emergentes. Os nós centrais proeminentes – aqueles com maior grau de conexão semântica – são: "candidato" e "Melo", que personifica o protagonista); "cidade", "porto", "alegre", que reforçam o foco territorial, esperado por se tratar de um pleito municipal; e "prefeito", "programa", "recuperar", "enchente", que articulam a ideia de gestão pública diante do desastre climático. Estes nós centrais sustentam

o campo temático predominante da campanha: a associação direta entre o candidato, a resposta aos efeitos da enchente e a liderança sobre o território.

Figura 2 - Gráfico de similitude



Fonte: Elaborada pelas autoras.

Descrição da Figura 2: A figura 2 apresenta um Gráfico de similitude lexical que representa a rede de coocorrência entre palavras no discurso do candidato Sebastião Melo durante o HGPE de 2024. No centro da rede estão os termos com maior peso e conectividade: “candidato”, “melo”, “cidade”, “porto” e “alegre”. Esses termos funcionam como núcleos semânticos, conectando-se a outras palavras-chave de forma radial. Do núcleo “porto” derivam, por exemplo, termos como “gente”, “resolver”, “água”, “funcionar”, “entrar”, “ficar” e “Guaíba”, relacionados a aspectos práticos da crise enfrentada. Já “melo” e “cidade” estão ligados a “prefeito”, “recuperar”, “decisão”, “grande”, “importante” e “reconstrução”, revelando um eixo discursivo voltado à ação, autoridade e protagonismo. O termo “narrador_*off*” aparece como polo de articulação com palavras como “programa”, “força”, “precisar” e “corredor”, indicando a presença de elementos narrativos que reforçam a imagem de comando e resposta do candidato. O termo “apresentador” também conecta-se a “falar”, “tomar”, “preparar” e “energia”, sugerindo um campo de discurso voltado à performance midiática. As linhas que conectam os termos

variam em espessura, indicando a força da associação entre eles: quanto mais espessa a linha, maior a frequência de coocorrência entre os termos no corpus. A estrutura geral é composta por núcleos interligados em um formato de rede não hierárquica, com foco no eixo temático da gestão da cidade diante da enchente.

Em relação aos campos semânticos e blocos temáticos é possível reunir quatro grupos: (1) Gestão de crise e infraestrutura, que relaciona os termos: "bomba", "sistema", "funcionar", "proteção", "água", "Guaíba", "engenheiro", "energia", "falha". Esse grupo semântico reforça a narrativa técnica e defensiva sobre o funcionamento das estruturas da cidade durante a enchente, buscando justificar ou validar ações da Prefeitura e contribuir com uma imagem pública (Weber, 2025) positiva do candidato diante do acontecimento público. (2) Ação, liderança e solução, que relaciona os termos: "recuperar", "programa", "reconstrução", "tomar", "decisão", "começar", "importante". Esse grupo de palavras conecta o candidato à ideia de liderança eficaz. A repetição de verbos de ação e tomada de decisão constrói a imagem de um gestor proativo e resolutivo, reforçando o *ethos* do "prefeito que faz". (3) Afetividade e empatia: que agrega os termos "gente", "solidariedade", "voluntário", "juntos", "sentir". Esse campo introduz uma dimensão emocional que aproxima o candidato do eleitorado, valorizando o sentimento coletivo e o papel da comunidade na resposta à crise. (4) Narrativas de comunicação institucional expressas nos termos: "narrador *off*", "apresentador", "falar", "verdade", "força". Esses termos evidenciam o papel da mediação comunicacional como parte central da estratégia de convencimento e, no caso específico, de neutralização do acontecimento, como expressão da equação provisória da política mencionada anteriormente, em que se observa a submissão da política a estratégias de comunicação, marketing e propaganda para a formação da imagem pública do candidato (Weber; Luz; Barreras, 2018). Há ainda uma tentativa de construir credibilidade e transparência a partir de termos como "verdade", "mostrar", "falar".

A partir dessa exploração das relações de sentido textual realizada com auxílio do IRaMuTeQ, passou-se à interpretação e análise das unidades de contexto, da qual resultaram cinco grandes categorias que expressam as estratégias de tematização das enchentes de maio de 2024 e disputa pelos sentidos do acontecimento: Solidariedade e empatia; Liderança diante da emergência; Responsabilização e Gestão de crise; Reconstrução e competência; Contraposição ou contraste com a adversária.

5.1 Solidariedade e empatia como ponto de partida do discurso

Logo nas primeiras falas no HGPE, o candidato expressa solidariedade às vítimas da tragédia, estabelecendo uma conexão emocional com o eleitorado ("Saibam que as suas dores também são as dores do prefeito" (MDB, 2024a)). Essa estratégia busca legitimar sua autoridade por meio da empatia e da humanização da figura política (Figuras 3 e 4). Além disso, convida à reflexão sobre o poder de afetação do acontecimento, abrindo espaço para experiências de pertencimento e construção de novos laços no espaço público (Quéré, 2011; Weber, 2011). Além da fala do candidato, o programa utiliza outros recursos da propaganda televisiva para alcançar o tom emocional pretendido, como trilha e variações de enquadramento e gestual que aproximam o candidato do espectador. O candidato aparece em cenas externas, caminhando em espaços arborizados, constituindo-se em estratégia de construção da imagem pública (Weber, 2025, p. 25) "conveniente à disputa".

Figura 3 - Print HGPE, Sebastião Melo



Fonte: MDB (2024a).

Descrição da Figura 3: A figura 3 mostra um frame. No primeiro *frame* a imagem do candidato Sebastião Melo (homem de meia-idade, com cabelos curtos grisalhos e camisa social azul clara), falando em frente a uma paisagem externa com gramado verde e árvores ao fundo. Ele gesticula com as mãos abertas, enquanto seu rosto expressa seriedade. No canto inferior esquerdo da tela, há a frase "Melo Prefeito". No canto inferior direito, uma mulher negra e cabelo preso, vestindo uma blusa preta, aparece em um quadro menor, fazendo a interpretação em Libras. No canto superior direito, um logotipo com o número "15" em um círculo amarelo e azul é visível. Uma legenda na parte inferior central da tela exibe a frase "Saibam que suas dores". Na parte superior, há uma barra de título que diz "Horário eleitoral gratuito (estreia - tarde) | Porto Alegre / RS (30/08/2024)".

Figura 4 - Print HGPE, Sebastião Melo



Fonte: MDB (2024a).

Descrição da Figura 4: vemos imagem do candidato Sebastião Melo (homem de meia-idade, com cabelos curtos grisalhos e camisa social azul clara), falando diretamente para a câmera. Ele está em um ambiente externo, com um gramado verde em primeiro plano e árvores com folhagem esparsa ao fundo, sugerindo um parque ou área verde. No canto inferior esquerdo da tela, há a inscrição "Melo Prefeito" em destaque, com um fundo verde-amarelo. No canto inferior direito, uma mulher com cabelo escuro preso, vestindo uma blusa preta, aparece em um quadro menor, realizando a interpretação em Libras. Abaixo da imagem de Sebastião Melo, uma legenda exibe o texto "também são as dores do prefeito.". No canto superior direito, um logotipo com o número "15" em um círculo amarelo e azul é visível. Na parte superior da tela, uma barra de título informa "Horário eleitoral gratuito (estreia - tarde) | Porto Alegre / RS (30/08/2024)".

5.2 Liderança diante da emergência

Narrativas que destacam a atuação conjunta entre Prefeitura e sociedade são recorrentes; voluntários, servidores, engenheiros e populares são citados como heróis cotidianos, numa construção de "esforço coletivo" liderado pelo prefeito ("Sentimos juntos, lutamos juntos, fizemos juntos" (MDB, 2024b)). A ênfase na liderança técnica e emocional de Melo se mostra central e ganha contornos de espetáculo político-midiático (Weber, 2011), bem como está relacionada à complexidade que envolve a disputa de visibilidade e de imagem pública (Weber, 2025). Este tom está presente repetidas vezes no slogan "Juntos!". Na variação da abertura dos programas, por exemplo: "Narrador *Off*: Começa o programa do prefeito que esteve junto com Porto Alegre no momento mais difícil da cidade. Começa o programa do Melo 15. Juntos!" (MDB, 2024b).

5.3 Responsabilização e gestão de crise

Há uma preocupação explícita em afastar críticas técnicas sobre o funcionamento das casas de bombas. O tema é cuidadosamente abordado para desconstruir acusações de negligência e deslocar a responsabilidade para fatores climáticos excepcionais e estruturas federais ("Esse serviço de limpeza do rio Guaíba não é atribuição da prefeitura" (MDB, 2024c)). Observa-se, assim, uma estratégia de blindagem do prefeito candidato.

5.4 Reconstrução e competência

A campanha, no HGPE especificamente, enfatiza que as medidas de recuperação já estão em andamento ("Programa Porto Alegre Forte" (MDB, 2024d)), com destaque a obras realizadas, locais públicos restaurados e ações concretas iniciadas pela Prefeitura. O programa organiza uma narrativa de prontidão e eficiência, contrastando com a inação atribuída à candidata opositora. Outro aspecto que contribui para a construção de imagem de um gestor competente é evidenciar que Sebastião Melo já enfrentou outras crises e atuou com competência, por exemplo, em relação ao temporal de 2016 e na pandemia de covid-19:

> Apresentador: Não tem comparação. Melo é o mais experiente e o mais preparado para seguir reconstruindo a cidade. Até porque ele já fez isso duas vezes. Narrador *off*: No temporal de 2016, quando Porto Alegre ficou destruída, o Melo foi lá e resolveu. No pior momento da pandemia, quando a cidade estava fechada e sem esperança, o Melo foi lá e resolveu (MDB, 2024e).

5.5 Contraposição ou contraste com a adversária

No segundo turno, as poucas menções às enchentes são utilizadas também como instrumento de contraste político. Enquanto o candidato "faz", a adversária "fala" ou "critica". Nos trechos: "Popular: Ela fala e ele faz" (MDB, 2024f). "Apresentador: Melo já mostrou que é prefeito de ação"; "Apresentadora: Já a Maria do Rosário só sabe falar, criticar e atacar" (MDB, 2024g). Na disputa pelo acontecimento, a estratégia é marcar o capital político de Melo a partir de ações verificáveis e acusar a adversária de ausência ou omissão.

O HGPE de Sebastião Melo constrói uma imagem pública de gestor resiliente e eficaz diante da crise, baseado em três pilares: solidariedade inicial, liderança técnica e capacidade

de resposta rápida e determinada, como na decisão de construção do corredor humanitário que resultou na derrubada da passarela de acesso à rodoviária da capital (Figura 5).

Figura 5 - Print do HGPE, Sebastião Melo



Fonte: MDB (2024e).

Descrição da Figura 5: apresenta a imagem do candidato Sebastião Melo (um homem de meia-idade, com cabelos curtos grisalhos e camisa social rosa clara), posicionado do peito para cima. Ele olha levemente para o lado direito da tela, com uma expressão séria. Ao fundo, elementos desfocados sugerem folhagens verdes. No lado direito da imagem, logo abaixo do nível do ombro do candidato, o texto "Melo Prefeito" é exibido em destaque, com uma linha amarela abaixo da palavra "Melo". No canto inferior direito da tela, uma mulher negra e cabelo escuro preso, vestindo uma blusa preta, aparece em um quadro menor, realizando a interpretação em Libras. Uma legenda na parte inferior central da tela exibe a frase "vamos derrubar a passarela.". No canto superior direito, um logotipo com o número "15" em um círculo amarelo e azul é visível. Na parte superior da tela, uma barra de título informa "HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO | TV - Porto Alegre/RS - tarde - 05/09/2024".

A análise revela a tentativa de apropriação simbólica da catástrofe climática como oportunidade de reafirmação da competência administrativa, evidenciando a submissão da política às estratégias de comunicação, marketing e propaganda (Weber; Luz; Barreras, 2018). O acontecimento público das enchentes é ressignificado como prova de superação e critério de julgamento eleitoral. Ao recorrer à estratégia de desresponsabilização e ao reforço de uma gestão proativa, o HGPE de Sebastião Melo articula elementos afetivos e racionais em uma retórica que visa neutralizar críticas e fortalecer a identidade do candidato como líder em tempos excepcionais ou infamiliares.

Vale ressaltar, ainda, que a tematização do acontecimento público está presente no HGPE de Sebastião Melo majoritariamente durante o primeiro turno e especialmente nos

primeiros programas, verificando-se o silenciamento progressivo do tema na segunda metade do primeiro turno e durante todo o segundo turno.

6 Conclusão

A adoção de uma estrutura padronizada neste estudo permitiu a realização de uma análise sistemática da propaganda eleitoral no HGPE de Sebastião Melo à Prefeitura de Porto Alegre, com atenção particular ao modo como sua campanha lidou com o acontecimento público das enchentes de maio de 2024. A partir da análise do conteúdo do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), constatou-se que houve uma diferenciação estratégica no tratamento das enchentes entre os dois turnos eleitorais.

No primeiro turno, prevaleceu uma postura de presença e ação: o candidato se apresentou como gestor atuante, solidário e eficaz, reiterando que fez o necessário diante da catástrofe. Essa postura descritiva buscou enquadrar o desastre como um problema já enfrentado e superado. Já no segundo turno, embora o tema não tenha sido completamente excluído, foi gradativamente deslocado das prioridades temáticas da campanha. A visibilidade do tema foi diminuída de forma deliberada, caracterizando um processo de silenciamento e neutralização do acontecimento público.

Ao longo da campanha, assistiu-se a uma reconfiguração na visibilidade do tema na qual as enchentes – que haviam mobilizado fortemente o debate público a partir de maio – foram estrategicamente afastadas da decisão eleitoral, evidenciando os esforços da campanha em enquadrá-las como problema já enfrentado e, assim, sem prioridade para a decisão do voto. Então, se cinco meses após as cheias, o período eleitoral começou sob forte influência das enchentes no debate público evidenciando a sobreposição em uma mesma trama acontecimental (Carnielli, 2021), neste estudo constatou-se que a campanha eleitoral de Melo direcionou seus esforços para destramar as eleições das enchentes, em movimento de enquadramento estratégico das eleições ao largo da trama acontecimental definida pelas enchentes de Maio de 2024. A gestão narrativa da crise serviu para reforçar a imagem do candidato como liderança competente e afetiva – alguém que esteve "junto" da população (como reforça o slogan da campanha) e que soube o que fazer diante do inesperado.

Nesse sentido, o trabalho contribui para o campo dos estudos sobre acontecimento público e comunicação política ao evidenciar como desastres climáticos podem ser estrategicamente ressignificados durante disputas eleitorais. O estudo corrobora a hipótese

da "equação provisória da política" (Weber; Luz; Barreras, 2018), segundo a qual, mesmo diante da urgência e da gravidade de um desastre climático, o debate público pode ser temporariamente suspenso ou reconfigurado durante o ciclo eleitoral – em favor de estratégias voltadas à proteção da imagem dos candidatos.

A análise evidencia que, na campanha que resultou na reeleição de Melo, a abordagem crítica sobre as enchentes perdeu força justamente no momento privilegiado para deliberação popular: o período eleitoral. Tal invisibilização foi coerente com os objetivos estratégicos da campanha, mas é preciso questionar criticamente por que a imagem positiva do prefeito precisou se defender do enfrentamento da problematização pública das enchentes. Constatou-se, ainda, que essa estratégia de neutralização discursiva encontrou pouca ou nenhuma resistência no espaço público. As campanhas concorrentes, os movimentos da sociedade civil, o jornalismo local e as instituições públicas não conseguiram (ou não quiseram) tensionar esse silenciamento. Desse modo, o que à primeira vista se apresenta como simples redução do tema ao longo da campanha, sob a ótica do acontecimento público, indica um processo de contenção estratégica: ao retirar progressivamente as enchentes do debate, a campanha não apenas silenciou um problema público, mas o enquadrou como evento já superado, deslocando-o de sua potência crítica para reforçar a imagem de Melo como gestor eficaz.

Referências

BARDIN, Laurence**. Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BOBBIO, Norberto**. O futuro da democracia:** uma defesa das regras do jogo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

CARNIELLI, Fiorenza Zandonade. **Comunicação pública e comunicação cínica na trama acontecimental das tragédias de Mariana e Brumadinho.** 2021. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021.

FRANÇA, Vera Vinhaes. O crime e o trabalho de individuação do acontecimento no espaço midiático. **Caleidoscópio: Revista de Comunicação e Cultura**, Lisboa, n. 10, p. 59-72, 2013.

GOMES, Wilson**. A imagem política na esfera pública**. São Paulo: Ideias & Letras, 2025.

LIVRO de Códigos. **Pesquisa tematização das enchentes no HGPE 2024 de Porto Alegre**. Porto Alegre: [*s. n.*], 2024. Disponível em: Livro de Códigos. Acesso em: 31 ago. 2024.

MASSUCHIN, Michele; CAVASSANA, Fernanda. A construção da propaganda eleitoral: a estrutura do HGPE no Brasil a partir de uma perspectiva longitudinal. **Teoria & Pesquisa: Revista de Ciência Política**, São Carlos, v. 29, n. 1, p. 81-109, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.4322/tp.v29i1.790. Acesso em: 31 ago. 2024.

MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO (MDB). **Horário Gratuíto de Propaganda Eleitoral**. Porto Alegre, 30 ago. 2024a. 1 vídeo (10 min).

MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO (MDB). **Horário Gratuíto de Propaganda Eleitoral**. Porto Alegre, 31 ago. 2024b. 1 vídeo (10 min).

MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO (MDB). **Horário Gratuíto de Propaganda Eleitoral**. Porto Alegre, 02.setembro.2024c. 1 vídeo (10 min).

MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO (MDB). **Horário Gratuíto de Propaganda Eleitoral**. Porto Alegre, 03.setembro.2024d. 1 vídeo (10 min).

MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO (MDB). **Horário Gratuíto de Propaganda Eleitoral**. Porto Alegre, 05.setembro.2024e. 1 vídeo (10 min).

MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO (MDB). **Horário Gratuíto de Propaganda Eleitoral**. Porto Alegre, 23.setembro.2024f. 1 vídeo (10 min).

MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO (MDB). **Horário Gratuíto de Propaganda Eleitoral**. Porto Alegre, 24.setembro.2024g. 1 vídeo (10 min).

QUÉRÉ, Louis. A individualização dos acontecimentos no quadro da experiência pública. **Caleidoscópio: Revista de Comunicação e Cultura**, Lisboa, n. 10, p. 13-37, 2011.

WEBER, Maria Helena. **A imagem pública tecida entre política, mídias e afetos**. Porto Alegre: Zouk, 2025.

WEBER, Maria Helena. Do acontecimento público ao espetáculo político-mediático. **Caleidoscópio: Revista de Comunicação e Cultura**, Lisboa, n. 10, p. 189-204, 2011.

WEBER, Maria Helena**.** Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. *In*: WEBER, Maria Helena; COELHO, Marília P.; LOCATELLI, Carla (org.). **Comunicação pública e política**: pesquisa e prática. Florianópolis: Insular, 2017. p. 23-56.

WEBER, Maria Helena; LUZ, Ana Javes; BARRERAS, Sandra Bitencourt. Equação da política provisória: a comunicação na disputa de afetos e votos. **Revista Compolítica**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 2, p. 41-68, 2018. Disponível em: https://doi.org/10.21878/compolitica.2018.8.2.187. Acesso em: 25 set. 2024.

The strategic neutralization of public events: the may floods in Sebastião Melo's electoral campaign for Porto Alegre's mayoral race

Abstract

This study analyzes the communication strategies applied by Sebastião Melo during his 2024 reelection campaign in Porto Alegre, with a focus on how the candidate addressed the public event of the May floods. The analysis is based on 43 broadcasts from the Free Electoral Advertising Time, using a mixed-methods approach that combines quantitative and qualitative analysis, including content analysis. In the first round, 12.3% of Melo's airtime dealt with the floods, with the candidate himself serving as the primary spokesperson. In the second round, this attention dropped to just 3.1%, and the range of voices involved narrowed significantly. This reduction suggests a deliberate strategic shift, aimed at downplaying the centrality of the floods in the electoral discourse. While Melo's first-round messaging balanced emotional and technical tones to reinforce his administrative competence, the second round was marked by a silencing of the issue—an apparent attempt to avoid confrontation and deflect potential criticism. The findings suggest that the candidate employed strategies of silencing and neutralizing the symbolic power of the floods as a public event, ultimately crafting a narrative of effective leadership that contributed to his reelection.

Keywords

public event; municipal elections; may2024 floods; Rio Grande do Sul; free electoral advertising time

Declaração de disponibilidade de dados

O conjunto de dados que dá suporte aos resultados deste estudo pode ser solicitada aos autores (ver autoria para correspondência).

Declaração de autoria e responsabilidade

Concepção e elaboração do estudo: Sara Alves Feitosa, Fiorenza Zandonade Carnielli, Janaína Gomes
Coleta de dados: Sara Alves Feitosa, Fiorenza Zandonade Carnielli
Análise e interpretação de dados: Sara Alves Feitosa, Fiorenza Zandonade Carnielli, Janaína Gomes
Redação: Sara Alves Feitosa, Fiorenza Zandonade Carnielli
Revisão crítica do manuscrito: Sara Alves Feitosa, Fiorenza Zandonade Carnielli

Autoria para correspondência
Sara Alves Feitosa
sarafeitosa@unipampa.edu.br

Como citar
FEITOSA, Sara Alves; CARNIELLI, Fiorenza Zandonade; GOMES, Janaína. A neutralização estratégica do acontecimento público: enchentes de maio na campanha eleitoral de Sebastião Melo à prefeitura de Porto Alegre. **Intexto**, Porto Alegre, n. 58, e-147925, 2026. DOI: https://doi.org/10.19132/1807-8583.57.147925

Recebido: 02/06/2025
Aceito: 22/08/2025

Copyright (c) 2026 Sara Alves Feitosa, Fiorenza Zandonade Carnielli, Janaína Gomes. Creative Commons License. Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. Os Direitos Autorais dos artigos publicados neste periódico pertencem aos autores, e os direitos da primeira publicação são garantidos à revista. Por serem publicados em uma revista de acesso livre, os artigos são de uso gratuito, com atribuições próprias, em atividades educacionais e não-comerciais.

