

# **COMUNICAÇÃO PÚBLICA E ELEIÇÕES: o acontecimento das Enchentes de 2024 e sua tematização no HGPE de Porto Alegre<sup>1</sup>**

## **PUBLIC COMMUNICATION AND ELECTIONS: the 2024 Floods as an event and their thematization in Porto Alegre's HGPE is one**

Fiorenza Zandonade Carnielli<sup>2</sup>  
Sara Alves Feitosa<sup>3</sup>  
Janaína Gomes<sup>4</sup>

**Resumo:** O estudo investiga as estratégias de disputa em torno do acontecimento público das Enchentes de Maio de 2024 no Rio Grande do Sul na eleição municipal de Porto Alegre. A partir do referencial da Comunicação Pública, analisam-se as relações político-comunicacionais entre atores políticos e a sociedade, problematizando as estratégias de (in)visibilidade, a construção da imagem pública e o uso do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) para fortalecer posições diante da crise. São analisados 114 programas de propaganda na TV das candidaturas de Juliana Brizola, Maria do Rosário e Sebastião Melo, considerando a relação entre visibilidade, persuasão e disputa política no contexto de tragédia ambiental. Os dados evidenciam que as campanhas reduziram o espaço do tema enchentes do 1º para o 2º turno, não apresentaram propostas para evitar a recorrência de desastres semelhantes, nem estabeleceram conexões do acontecimento com as mudanças climáticas.

**Palavras-Chave:** Comunicação Pública. Acontecimento Público. Enchentes de Maio.

**Abstract:** The study investigates the dispute strategies surrounding the public event of the May 2024 Floods in Rio Grande do Sul during the Porto Alegre municipal election. From the perspective of Public Communication, it analyzes the political-communicational relations between political actors and society, problematizing the strategies of (in)visibility, public image construction, and the use of Free Election Advertising Hours (HGPE) to strengthen political positions in the face of the crisis. A total of 114 televised campaign advertisements from the candidacies of Juliana Brizola, Maria do Rosário, and Sebastião Melo are examined, considering their approaches to visibility, persuasion, and political dispute in the context of an environmental

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos de Comunicação Organizacional. 34º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba - PR. 10 a 13 de junho de 2024.

<sup>2</sup> Professora do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Drª em Comunicação e Informação (PPGCOM UFRGS), e-mail: fiorenzazc@gmail.com.

<sup>3</sup> Professora de Jornalismo e Publicidade e Propaganda na Universidade Federal do Pampa (Unipampa), Drª em Comunicação e Informação (PPGCOM/UFRGS), e-mail: sarafeitosa@unipampa.edu.br

<sup>4</sup> Professora do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Drª em Agronegócios (PPGAgro UFRGS), e-mail: jgomes@ufrgs.br

*tragedy. The data show that the campaigns gradually reduced the visibility of the floods from the first to the second round, failed to present proposals to prevent similar disasters, and did not establish connections between the event and climate change.*

**Keywords:** Public Communication. Public event. The May 2024 Floods.

## 1. Introdução

Este artigo tem o objetivo de identificar as estratégias de disputa pelo acontecimento público das Enchentes de Maio de 2024 no Rio Grande do Sul na eleição municipal de Porto Alegre realizada no mesmo ano. Trata-se de estudo centrado na Comunicação Pública, voltado à reflexão crítica sobre as relações político-comunicacionais entre atores políticos e a sociedade, problematizando as estratégias de (in)visibilidade, imagem pública e influência nos processos comunicacionais de problematização das questões públicas reveladas por um acontecimento extremo e trágico, tal qual foram as Enchentes de Maio de 2024 no estado.

Entre o final de abril e maio de 2024 o Rio Grande do Sul registrou um dos mais severos eventos climáticos, com chuvas intensas que resultaram em grandes enchentes (Zuffo et al, 2024). Segundo estudo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), estima-se que pelo menos 876.200 pessoas em 420.100 domicílios foram diretamente atingidas por enchentes e deslizamentos (Pereira et al, 2024). A Defesa Civil<sup>5</sup> do estado informou, em 10 de junho de 2024, que 478 municípios (95% do território do RS) foram afetados, e 418 municípios decretaram estado de calamidade ou emergência.

Foi, portanto, um acontecimento público (Queré, 2005; 2011; Weber, 2011) que causou mortes e destruição, impactou a população, o estado e mobilizou a agenda pública nos meses seguintes. Em Porto Alegre, foco do estudo, dados da Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Urbanismo e Sustentabilidade (Smamus) revelam a dimensão do desastre: 160.210 pessoas atingidas diretamente, 39.422 edificações afetadas, interrupção de atividades em mais de 29 mil serviços e 5.496 estabelecimentos industriais, além do impacto direto em 31 unidades de saúde, 22 hospitais e 320 instituições de ensino públicas e privadas. O abastecimento de água foi suspenso para cerca de 70% da população e mais de 100 mil imóveis ficaram sem energia elétrica.

<sup>5</sup> Disponível em [Defesa civil atualiza balanço das enchentes no RS - 10/06](https://www.defesacivil.rs.gov.br/defesa-civil-atualiza-balanco-das-enchentes-no-rs-1006)

A elevação do nível do Lago Guaíba, que atingiu 5,33 metros, superou a capacidade do sistema de proteção contra enchentes da cidade, evidenciando a vulnerabilidade da infraestrutura municipal diante do evento meteorológico (chuvas intensas), associado a eventos hidrológicos<sup>6</sup> como inundações, enxurradas e alagamentos verificados na capital gaúcha. Especialistas apontaram que, além dos efeitos das mudanças climáticas e do fenômeno El Niño, falhas na manutenção do sistema anti-cheias contribuíram para agravar a situação (Zuffo et al, 2024).

Diante desse cenário de crise poucos meses antes das eleições municipais, era esperado que as enchentes se tornassem o principal tema da agenda pública e eleitoral em Porto Alegre. Essa tendência foi confirmada pela pesquisa do Instituto Quaest, divulgada em 27 de agosto de 2024, na qual 33% dos eleitores apontaram as enchentes como o maior problema da cidade. As eleições são o grande fenômeno - planejado e regular - de comunicação pública das democracias. Nelas, os candidatos apresentam a si próprios e também seus entendimentos sobre os problemas públicos mais ou menos relevantes e as formas de enfrentamento das questões de interesse público (e também privado) conforme seus projetos políticos. Essa oferta de informações aos eleitores para a melhor formação da decisão do voto é o ideal normativo das campanhas eleitorais, sempre tensionado pelo caráter eminentemente estratégico da disputa por imagem pública favorável e pela conquista do voto, empreendida não apenas por discursos informativos, mas também persuasivos e qualificados por competências profissional, tecnológica e estrutural capazes de conferir credibilidade àquela opção eleitoral (Weber, 2007).

Neste estudo, pretendemos responder de que maneira o acontecimento público das enchentes de maio de 2024 foi estrategicamente tematizado e visibilizado nos programas do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) dos candidatos à prefeitura de Porto Alegre, visando à construção de imagem pública favorável. O HGPE sintetiza a estratégia de comunicação das campanhas eleitorais devido à sua importância histórica no Brasil, aos altos custos de produção (especialmente para TV) e à regulação pública a que está submetido. Apesar da perda de centralidade e audiência nas últimas duas décadas frente ao crescimento das campanhas digitais, sua relevância estratégica se mantém (Borba; Cervi, 2017; Massuchin; Cavassana, 2020). O estudo analisou os programas do HGPE exibidos na TV durante o

<sup>6</sup> Utilizamos aqui a Classificação e Codificação Brasileira de Desastres (Cobrade) que nomeia e define eventos de origem natural mas que devido determinadas características passam a se constituir como um desastre. Disponível em [Defesa Civil do RS](#).

primeiro e segundo turnos das eleições municipais de Porto Alegre em 2024, totalizando 114 peças propagandísticas das três candidaturas com acesso ao formato: Juliana Brizola (PDT), que participou do primeiro turno; Maria do Rosário (PT) derrotada no segundo turno; e Sebastião Melo (MDB) reeleito prefeito da capital.

O primeiro turno das eleições ocorreu em 6 de outubro de 2024, com os seguintes resultados: Sebastião Melo: 354.420 votos (49,72%); Maria do Rosário: 182.553 votos (26,28%); Juliana Brizola: 136.783 votos (19,69%). Como nenhum dos candidatos alcançou mais de 50% dos votos válidos, os dois primeiros colocados avançaram para o segundo turno, realizado em 27 de outubro de 2024. Sebastião Melo venceu a disputa com 406.467 votos (61,53% dos votos válidos); e Maria do Rosário obteve 254.128 votos (38,47% dos votos válidos). A abstenção nas eleições municipais de Porto Alegre em 2024 foi significativa. No primeiro turno 31% dos eleitores aptos a votar não compareceram no dia da votação. No segundo turno foi ainda maior, com 34,82% dos eleitores aptos ausentes.

O artigo está organizado pela exposição dos pressupostos teóricos da Comunicação Pública, especialmente as noções de acontecimento público, disputa estratégica, trama acontecimental e imagem pública e sua incidência no contexto eleitoral analisado. Passa-se, então, para a apresentação dos procedimentos metodológicos de coleta e análise e também de contextualização das eleições e do HGPE de Porto Alegre em 2024, seguida da exposição dos dados e resultados de pesquisa. Por fim, estão apresentadas as inferências e conclusões possibilitadas pelo estudo.

## 2. Acontecimento público em disputa

A comunicação pública é marca inerente e necessária às democracias (Esteves, 2019; Weber, 2017). É a linguagem social através da qual as pessoas reconhecem a si e aos outros, sendo possível estabelecer a experiência e o espaço públicos (Arendt, 2014). Diferencia as democracias porque, para além desse aspecto fático experencial, está definida por critérios ético-morais que sustentam a própria ideia democrática, tais como liberdade, igualdade, inclusão, debate, crítica. Sobretudo em uma perspectiva democrática deliberacionista (Mendonça, 2023), a comunicação pública é investida de caráter normativo. Precisamente em função dessa identificação da comunicação pública à democracia, ela está igualmente definida pelo caráter estratégico, afinal, é o campo simbólico de disputa para a defesa ou para o ataque aos valores e às instituições democráticas. Em posição afirmativa, assumimos o pressuposto de

que a comunicação pública é qualificadora da democracia (Weber, 2017, Weber; Locatelli, 2023). Em tempos de crises da democracia, direcionar o olhar analítico para os processos de comunicação pública é fundamental para compreender as engrenagens dessas crises e tatear possíveis saídas.

Os acontecimentos públicos são fenômenos especialmente relevantes para a abordagem da comunicação pública porque estão carregados pelo poder de afetação de públicos e conformação da ação pública (Quéré, 2011; Dewey, 2004), instalando campo de disputa de sentidos sobre o que ocorreu e também sobre aqueles que agem nesse contexto. Weber (2017) sustenta que os acontecimentos públicos são desequilibradores e mobilizam atores e poderes à responsabilidade, manifestação e providências, instaurando o debate público. Essa disputa traduz o que a autora denomina tensões passionais e racionais dos públicos envolvidos, que se organizam em redes para se posicionar, buscar visibilidade e influência sobre as decisões políticas do tema.

Quéré (2011) indica que os acontecimentos passam a problemas públicos na medida em que, pela sua recepção pública, são inscritos em um contexto, definindo um campo problemático, que corresponde ao enredamento simbólico de questões e análises. Nesse sentido, os acontecimentos públicos são (ou devem ser) configurados a partir dos princípios do Estado Democrático de Direito e também a partir da linguagem compartilhada pela comunidade política. Por isso, a experiência do acontecimento público ganha contornos mais institucionalizados, próprios de uma sociedade democrática. O autor ressalta que é no desenvolvimento histórico de publicização de um problema que o mesmo se torna forte ou fraco. Neste estudo refletimos se a abordagem dos candidatos no HGPE contribui para o fortalecimento ou o enfraquecimento do problema público das Enchentes do RS.

A individualidade de um acontecimento não é intrínseca a ele, emerge de um processo de individualização e da sua comunicação (Queré, 2011; França, 2013). O acontecimento é o que vem a ser – nas operações de *individualização do acontecimento*, os sujeitos, convocados pelo acontecimento, o dotam de sentido, formulando perguntas e respostas que tentam explicar o que se passou, do que se trata, qual o contexto, as causas e as consequências.

A proximidade temporal da eleição municipal de 2024 em relação à afetação das Enchentes de Maio em Porto Alegre a colocam como espaço privilegiado de individualização desse acontecimento público. A escolha eleitoral de cada cidadão foi potencialmente impregnada pela experiência de compreensão do evento. Assim, as eleições municipais são

uma dimensão da *trama acontecimental* das Enchentes de Maio, a qual direcionamos nosso olhar investigativo neste trabalho. A noção de *trama acontecimental* (Carnielli, 2021) importa para direcionar o olhar analítico para a ação estratégica, sempre comunicacional, de diferentes atores individuais e institucionais em disputa nos processos de individualização e problematização do acontecimento público.

As investidas estratégicas de apropriação do acontecimento público próprias das redes de comunicação pública conformam (ou *tramam*) o espaço discursivo decorrente do acontecimento e no qual os atores ganham ou perdem relevância e credibilidade junto aos públicos. Desse modo, o conceito de trama acontecimental relaciona-se ao de imagem pública, pois as estratégias de comunicação empreendidas publicamente pelos diferentes atores implicados nos acontecimentos públicos se orientam pelo objetivo estratégico de conquista e manutenção de imagem pública favorável.

A imagem pública é condicionadora estratégica da atividade política, ainda mais em período eleitoral, quando está diretamente relacionada à conquista de votos. Determina investimentos profissionais, tecnológicos e financeiros na busca de influência sobre os processos permanentes de construção e desconstrução de imagem pública, sempre submetida às mediações do processo de recepção (Weber, 2004). A propaganda eleitoral é veiculada, precisamente, como esforço persuasivo para a obtenção de uma imagem pública favorável ao candidato da vez. As campanhas eleitorais são fatores decisivos na escolha do voto (Borba; Cervi, 2017) e o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral é um formato institucionalizado dessa disputa comunicacional no Brasil desde 1962. Massuchin e Cavassana (2020) argumentam que o HGPE é espaço que permite tanto a fala temática, usualmente com linguagem mais próxima do telejornalismo, quanto a formação da imagem. Nossos esforços de análise neste trabalho se localizam nesse cruzamento, ao explorar a tematização estratégica das Enchentes para projeção de imagem dos candidatos à prefeitura de Porto Alegre com tempo no HGPE. Do ponto de vista conceitual da Comunicação Pública, interessa-nos, especialmente, mapear e refletir sobre as disputas simbólicas das Enchentes de Maio tramadas no contexto do pleito eleitoral de 2024 na capital gaúcha.

### 3. Abordagem metodológica

Diante do questionamento de pesquisa voltado à compreensão de como o acontecimento público das Enchentes de Maio de 2024 foi estrategicamente abordado na

eleição em Porto Alegre, a primeira decisão foi a escolha do HGPE como espaço da campanha para a observação e coleta de dados.

O pleito municipal de 2024 ocorreu em um contexto de impacto social e econômico decorrente das enchentes. A disputa pela Prefeitura de Porto Alegre contou com oito candidatos, porém, apenas três — Juliana Brizola (PDT), Maria do Rosário (PT) e Sebastião Melo (MDB) — tiveram direito à propaganda eleitoral gratuita no rádio e na TV. Isso ocorreu devido à representação dos seus partidos na Câmara dos Deputados, conforme estabelecido pela Resolução do TSE nº 23.610/2019, atualizada pela Resolução nº 23.732/2024.

Advogada, Juliana Brizola (PDT), teve como candidato a vice, Thiago Duarte (União Brasil). A Federação PSDB/Cidadania compôs a coligação que apresentou a candidatura da pedetista. Brizola já foi vereadora de Porto Alegre e deputada estadual e disputou a eleição para a Prefeitura de Porto Alegre pela terceira vez — foi candidata a vice na chapa de Sebastião Melo em 2016 (2º lugar) e candidata a prefeita em 2020 (4º lugar).

A deputada federal Maria do Rosário (PT) teve como vice, Tamires Filgueira (PSOL) e contou com o apoio de PCdoB, PV e Avante nas eleições municipais de 2024. Já foi vereadora da capital, deputada estadual, ministra e, atualmente, é deputada federal. Esta foi sua terceira candidatura à Prefeitura da capital, tendo concorrido como vice na chapa de Raul Pont em 2004 (2º lugar) e como candidata a prefeita em 2008 (2º lugar).

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. Já foi vereador da capital, vice-prefeito e deputado estadual. Esta foi sua quarta disputa pela Prefeitura de Porto Alegre: foi vice na chapa de José Fortunati em 2012 (eleito), candidato a prefeita em 2016 (2º lugar) e venceu a eleição de 2020.

No primeiro turno, o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) ocorreu entre 30 de agosto e 3 de outubro de 2024, totalizando 30 dias de exibição, excluindo os domingos, em que não houve veiculação do HGPE, apenas inserções de propaganda ao longo da programação do rádio e da TV. Cada programa tinha 10 minutos de duração, divididos em duas edições diárias, uma à tarde e outra à noite. O tempo foi distribuído proporcionalmente à representação dos partidos na Câmara dos Deputados, ficando assim: Sebastião Melo (MDB): 5 minutos e 36 segundos; Maria do Rosário (PT): 2 minutos e 19 segundos; Juliana Brizola (PDT): 2 minutos e 3 segundos. Dessa forma, foram coletados 90 programas, um de cada candidato em cada um dos 30 dias. Entretanto, a análise incluiu 88 programas de TV, pois não

foi possível acessar as edições veiculadas nos dias 6 e 30 de setembro da candidata Juliana Brizola.

No segundo turno, o tempo de HGPE — dois blocos diários de 10 minutos cada — foi dividido igualmente entre os dois candidatos remanescentes: Sebastião Melo e Maria do Rosário. Entre 11 e 25 de outubro, foram coletados 26 programas, 13 de cada candidato, sendo sempre considerada a edição exibida no início da tarde - tanto no primeiro quanto no segundo turno. Assim sendo, o *corpus* de pesquisa foi composto por 114 programas veiculados no primeiro e no segundo turnos da eleição municipal.

Para a observação e coleta de dados do HGPE nas eleições de Porto Alegre em 2024 utilizamos um protocolo metodológico de codificação que está apresentado no Livro de Códigos<sup>7</sup>. As categorias de análise foram orientadas à identificação da presença do tema enchente nos programas, dos agentes discursivos que a enunciavam, ao tipo de imagens associadas, à postura dos candidatos em relação ao tema, à denominação do desastre e à sua abordagem em termos das causas, efeitos e soluções. Ou seja, foram definidas para o diagnóstico da decisão estratégica de cada campanha de inclusão ou exclusão do recente problema público de proporções trágicas em seus programas, entendendo o movimento estratégico de disputa pela *individualização* e também de apropriação do acontecimento público a fim de afirmar a imagem pública do próprio candidato.

Os materiais de observação, ou seja, os programas do HGPE veiculados na TV foram extraídos a partir de canais no YouTube (Multimídia Digital, Inutilidades da TV, Sebastião Melo e Juliana Brizola) e do perfil oficial da candidata Maria do Rosário no Instagram. Para checagem da coleta do material, já que não há um canal oficial de repositório do HGPE, um dos integrantes da equipe gravou via serviço de assinatura de streaming todos os programas. Mesmo com esse procedimento, o *corpus* de análise não incluiu dois programas da candidata Juliana Brizola, que não foram localizados no YouTube. Além disso, o backup da gravação desses programas feito via TV teve os arquivos corrompidos.

Os programas foram baixados diariamente, utilizando os softwares aTube Catcher (para vídeos do YouTube) e InstaSave (para vídeos do Instagram). Os vídeos e transcrições foram armazenados em um drive compartilhado com a equipe. Para a transcrição utilizamos o serviço de inteligência artificial Escriba, da Agência Aos Fatos.

<sup>7</sup> O Livro de Código da pesquisa está disponível para leitura no link [Livro de Códigos](#)

O livro de códigos orientou a classificação e a categorização das informações extraídas dos vídeos do HGPE. A equipe de codificação foi composta por quatro graduandos dos cursos de Jornalismo e Relações Públicas da UFRGS<sup>8</sup> e as três pesquisadoras, garantindo a categorização de cada programa por dois codificadores e a revisão por pares das análises ao longo da pesquisa. A planilha de codificação do HGPE nas eleições municipais de Porto Alegre em 2024 foi estruturada para garantir a padronização e a consistência da coleta de dados. As indicações foram feitas em sistema binário (0 ausente ou 1 presente), exceto nos campos abertos. Cada linha da planilha correspondeu a um programa eleitoral de um candidato, e os dados foram organizados nas seguintes seções: 1) Identificação do Programa, com data de exibição, candidato, tempo total do programa. 2) Presença do tema Enchentes, com registro binário (0 ou 1), duração da menção, com marcação do início, fim e tempo total da abordagem, além da transcrição dos trechos onde o tema “enchentes” foi citado. 3) Quem fala? com objetivo de identificar os agentes discursivos no programa (codificação binária não excludente): candidato(a), vice-candidato(a), apresentador(a), narrador (só voz), populares, políticos, especialistas e outros (campo aberto para especificação). 4) Com quais imagens se aborda o tema enchentes, para o registro da presença de diferentes tipos de imagens associadas ao tema (codificação binária não excludente): estúdio, externas em ambiente neutro, cenas do período da enchente, cenas de áreas pós-enchente, animações e grafismos e outros (campo aberto para especificação). 5) Postura do/a candidato/a sobre o tema, com sugestão de classificação da abordagem em relação às enchentes (codificação binária não excludente): a) descriptiva (reconhece e registra a ocorrência do desastre). b) agressiva (atribui responsabilidade a terceiros) e c) defensiva (se defende ou desvia de responsabilidades). 6) Denominação do desastre: termo(s) utilizado(s) pelo/a candidato/a para se referir ao evento (ex.: “enchente”, “tragédia”, “chuvas”). 7) Abordagem do tema, identificação da ênfase dada ao tema em três categorias principais (codificação binária não excludente): a) causas do desastre: má gestão, causas naturais, crise climática ou outra (campo aberto). b) efeitos do desastre: impacto econômico, social e ambiental. c) soluções propostas: medidas de prevenção, respostas emergenciais e estratégias de reconstrução. O item Postura geral - campo aberto - referiu-se a observações sobre a postura de outros no programa, excluindo o/a candidato/a. Em outro

<sup>8</sup> Ana Noronha, Ângelo Rockenbah, Mariá Maris Maria e Matheus Oliveira

campo aberto no final da planilha os codificadores poderiam inserir comentários sobre aspectos não previstos, divergências ou observações qualitativas relevantes.

O uso dessa estrutura padronizada permitiu uma análise sistemática do HGPE e da forma como o tema das enchentes foi abordado pelos candidatos ao longo da campanha eleitoral de 2024. Ao final do primeiro turno das eleições, foi realizado o somatório da codificação para posterior análise e geração de *insights* sobre o material coletado. Esse procedimento foi repetido ao final do segundo turno, permitindo uma visão abrangente da propaganda eleitoral ao longo da disputa.

#### **4. Enchentes de Maio no HGPE**

Os dados gerados no estudo dos 114 programas do HGPE e as análises estão apresentados a seguir, em ordem, primeiro e segundo turnos e, depois, as inferências da análise consolidada.

##### **4.1. Primeiro turno**

O programa inicial do HGPE do primeiro turno das eleições foi ao ar no dia 30 de agosto, ou seja, quatro meses após o início das chuvas de maio, quando Porto Alegre ainda convivia com evidentes marcas da destruição das enchentes, com casas, equipamentos públicos como escolas, vias públicas e de transporte férreo destruídas e entulho pelas ruas. O primeiro dado da observação diz respeito à presença do tema Enchentes nos programas de cada candidato: em 13 dos 28 programas analisados de Brizola (46%), em 19 dos 30 de Rosário (63%) e em 13 dos 30 programas de Melo (43%).

A apuração evidencia a estratégia de abordagem do tema mais importante na campanha de Rosário, dedicando 35,1% de seu tempo total de TV, enquanto Brizola destinou 23,5% e Melo 12,3% de seus tempos (TAB. 1). Em sentido inverso, indica também a estratégia de contenção do tema adotada por Melo, que tinha o maior tempo de TV e dedicou pouco mais de um décimo dele ao tema. Os achados são coerentes com as estratégias de marketing político em que a desafiante Rosário pauta mais o tema que acredita poder desequilibrar o incumbente Melo que, por sua vez, inclui o assunto sem grande destaque. Essa estratégia de Melo também evidencia tentativa de desvincular sua imagem de candidato da imagem de prefeito da tragédia, marcando certo distanciamento do momento de crise. Por sua vez, a menor presença do tema das enchentes nos programas de Brizola indica que, embora tenha sido abordado, não teve um papel dominante na apresentação de sua candidatura, ao menos no HGPE.

**TABELA 1**

Presença e tempo destinado ao tema Enchentes no HGPE do primeiro turno por candidato

<b>PRESENÇA DO TEMA NOS PROGRAMAS</b>						
<b>Categoria / Candidato(a)</b>	<b>Juliana Brizola</b>	<b>%</b>	<b>Maria do Rosário</b>	<b>%</b>	<b>Sebastião Melo</b>	<b>%</b>
Programas em que cita o tema enchente	13	46	19	63	13	43
Total de programas HGPE	28	100	30	100	30	100
<b>TEMPO DEDICADO AO TEMA</b>						
<b>Categoria / Candidato(a)</b>	<b>Juliana Brizola</b>	<b>%</b>	<b>Maria do Rosário</b>	<b>%</b>	<b>Sebastião Melo</b>	<b>%</b>
Tempo dedicado ao tema enchentes	0:13:24	23,5	0:23:44	35,1	0:20:43	12,3
Tempo total do HGPE	0:57:03	100	1:07:32	100	2:48:15	100

FONTE – As autoras, 2025.

Os resultados de identificação do sujeito que fala sobre a Enchente indicam que os três candidatos assumiram essa posição mais do que outras possibilidades (vice-candidato, apresentador, narrador, populares, outros políticos, especialistas e outros). É o próprio candidato quem fala em 35% das ocorrências para Brizola, 46% para Rosário e 37% para Melo (TAB. 2). Portanto, ainda que Melo tenha pautado menos as Enchentes em seus programas do primeiro turno, a escolha estratégica da campanha foi para que fosse principalmente ele próprio a falar sobre o tema.

Entre todos os candidatos, chama atenção os baixos índices de inclusão da fala de especialistas (6% para Brizola, nulo para Rosário e 7% para Melo) sobre um tema tão complexo, que exige a abordagem técnica e científica de múltiplas áreas do conhecimento tanto para compreendê-lo quanto para considerar possibilidades de medidas de enfrentamento e prevenção. Nota-se, especialmente, a ausência de fala de especialistas nos programas da desafiante Rosário que, nesta posição, poderia beneficiar-se do recurso para incluir no debate eleitoral o olhar crítico para possíveis pontos de falha da infraestrutura e da gestão da cidade. Nos programas de Rosário há maior inclusão de falas de populares, o que significa a escolha por um apelo mais emocional, advindo dos testemunhos, do que técnico.

**TABELA 2**

Identificação do falante sobre o tema Enchente no HGPE do primeiro turno por candidato

<b>Categoria / Candidato(a)</b>	<b>QUEM FALA?</b>					
	<b>Juliana Brizola</b>	<b>%</b>	<b>Maria do Rosário</b>	<b>%</b>	<b>Sebastião Melo</b>	<b>%</b>
Tema enchente abordado pelo(a) candidato(a)	11	35	18	46	11	37
Tema enchente abordado pelo(a) vice candidato(a)	0	-	4	10	0	-
Tema enchente abordado pelo(a) apresentador(a)	0	-	0	-	7	23
Tema enchente abordado pelo(a) narrador(a)	9	29	3	8	7	23
Tema enchente abordado por populares	6	19	9	23	3	10
Tema enchente abordado por políticos	0	-	5	13	0	-
Tema enchente abordado por especialistas	2	6	0	-	2	7
Tema enchente abordado por outros	3	10	0	-	0	-
<b>Total de menções</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

FONTE – As autoras, 2025.

Em relação aos tipos de imagens veiculadas no tempo de abordagem do tema Enchentes, a candidata Rosário fez maior uso de cenas pós-enchentes (25%) ou do período (22%). Brizola incluiu mais imagens externas em ambiente neutro (24%), embora também tenha selecionado imagens do período e pós-enchentes (19%, nos dois casos). Para as duas desafiantes, a escolha de cenas da enchente sinaliza forte apelo visual, considerando as características dramáticas e a profusão de registros imagéticos da tragédia - nesse sentido, seu uso não foi intenso. Nas escolhas imagéticas dos programas de Melo, destaca-se o uso de animações e grafismos (27%) que, na direção oposta, tiram a intensidade dramática das cenas de registro da enchente e de seus estragos.

A observação da postura considerou apenas os trechos em que o próprio candidato abordou as enchentes, sendo classificada como descriptiva, agressiva e defensiva. Nos casos dos três candidatos a postura majoritária foi classificada como descriptiva, quando houve registro e reconhecimento da ocorrência (72% para Brizola, 57% para Rosário e 59% para Melo). A postura agressiva foi mais performada por Rosário (43%), seguida por Brizola (28%), quando elas atacaram ou imputaram responsabilidades a outros.

Melo assumiu postura agressiva em apenas uma ocorrência (6%) e a defensiva em 35%. Os dados indicam que embora Melo paute menos o tema, quando o faz, prioritariamente, assume postura de registro e reconhecimento das enchentes, evitando atacar ou indicar a responsabilidade para terceiros. Dessa forma, não transfere o problema a outros, buscando

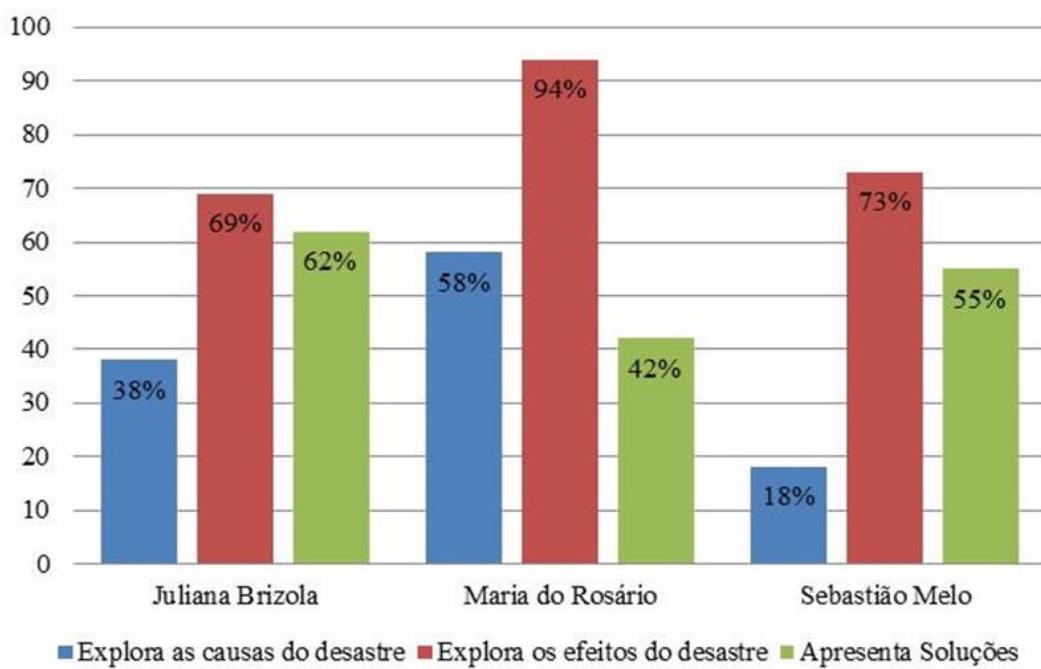
indicar que foi capaz de lidar com ele enquanto prefeito. A incidência de sua postura defensiva indica ainda que o candidato se defendeu dos ataques das concorrentes, performando, consequentemente, a postura de atacado.

Ao longo do primeiro turno, foram contabilizadas dez diferentes formas de denominação do acontecimento público pelos três candidatos em seus HGPE: água(s), alagamento(s), catástrofe natural, cheia(s), chuva(s), desastre climático, enchente(s), inundação(ões), tragédia e tragédia climática. Elas foram referidas em 66 menções, sendo 17 feitas por Brizola, 37 por Rosário e 12 vezes por Melo, o que mostra a baixa repetição, considerando o total de 88 programas analisados no primeiro turno. Brizola e Melo denominaram o evento majoritariamente como enchente (11 e 7 menções, respectivamente), enquanto Rosário o fez de forma mais dispersa com os termos tragédia (9 menções), águas (8) e enchente (8), sendo ela quem mais reforçou o caráter trágico do acontecimento. Observa-se que Rosário não fez nenhuma nomeação associada ao adjetivo climático, enquanto Brizola usou o termo tragédia climática (2 menções) e Melo tragédia climática (2 menções) e desastre climático (1 menção).

Por fim, a análise registrou a frequência com que cada candidato abordou as causas, efeitos e soluções das enchentes de maio de 2024 (GRA. 1). Brizola e Melo evitaram explorar as causas do desastre em 62% e 82% das menções ao tema, respectivamente. Já Rosário tratou desse aspecto em 58% das ocasiões. Quando mencionaram causas, Brizola e Rosário associaram exclusivamente à má gestão, falta de manutenção e investimentos, sem explorar outras relações de causalidade. Esse padrão reflete a postura agressiva adotada por ambas em relação ao tema. Esse resultado se alinha ao percentual de postura agressiva que ambas assumem em relação ao tema. Melo, por sua vez, indicou causas em apenas 4 ocasiões: 1 a má gestão e falta de manutenção, 2 vezes causas naturais e 1 vez a crise climática ou ambiental. Assim, a mudança climática esteve praticamente ausente do debate no primeiro turno, sendo citada apenas uma vez, por Melo.

GRÁFICO 1

Percentual de ênfase das menções sobre abordagem do tema Enchentes no primeiro turno do HGPE para os três candidatos



FONTE – As autoras, 2025.

Já a abordagem dos efeitos ou consequências do desastre foi significativa para os três candidatos: em 69% das menções com Brizola, 94% com Rosário e 73% com Melo. Brizola destacou majoritariamente as consequências econômicas (58%), enquanto Rosário e Melo deram mais ênfase às consequências sociais (60% nos dois casos). Nenhum dos três candidatos explorou os efeitos ambientais do desastre, indicando uma importante ausência na percepção do acontecimento público em relação a seu caráter ambiental.

A apresentação de soluções para o desastre foi predominante nas falas de Brizola (62%) e Melo (55%), enquanto foi menor em Rosário, em 42% das menções. As soluções foram classificadas em prevenção, resposta emergencial e reconstrução. Brizola (54%) e Rosário (50%) priorizaram a prevenção, sugerindo que a tragédia poderia ter sido evitada. Já Melo enfatizou a resposta emergencial (45%), destacando as ações de socorro realizadas durante a crise para reforçar sua atuação como prefeito.

#### 4.2. Segundo turno

A exibição do HGPE no segundo turno das eleições municipais de 2024 iniciou no dia 11 de outubro, cinco dias após a votação do primeiro turno, estendendo-se até o dia 25 de outubro com programas com duração de 5 minutos para cada um dos concorrentes, Maria do

Rosário e Sebastião Melo. Nessa fase final da eleição, a disparidade de inclusão do tema Enchentes de Maio cresceu entre os concorrentes: Rosário abordou o tema em 92% dos seus programas (subindo em relação aos 63% no 1º turno), enquanto Melo citou o tema em 15% dos programas (pouco mais que os 13% do 1º turno) (TAB. 3). O percentual evidencia a escolha da campanha de Rosário em incluir o tema em mais programas (em apenas 1 dos 13 programas não foi citado), mas o dado de tempo dedicado ao tema mostra que sua participação foi proporcionalmente reduzida, caindo de 45,1% no primeiro para 8,6% no segundo turno. Se no primeiro turno Rosário dedicou 23 minutos e 44 segundos ao tema Enchentes, no segundo turno o tempo contabilizado foi de 5 minutos e 34 segundos.

No caso de Melo, o percentual do tempo dedicado ao tema das Enchentes também foi reduzido, passando a 3,1% no segundo turno diante de 12,3% do primeiro turno. O tempo dedicado ao tema caiu de 20 minutos e 43 segundos no primeiro turno para apenas 2 minutos e 2 segundos no segundo turno, somados nos dois programas em que o desastre foi mencionado. Dessa forma, o levantamento indica que, embora ambos os candidatos tenham incluído o tema em mais programas, o tempo dedicado às Enchentes foi sensivelmente reduzido no segundo turno.

TABELA 3

Presença e tempo destinado ao tema Enchentes no HGPE por Rosário e Melo no primeiro e segundo turnos

PRESENÇA DO TEMA NOS PROGRAMAS								
Categoria / Candidato(a)	PRIMEIRO TURNO				SEGUNDO TURNO			
	Maria do Rosário		Sebastião Melo		Maria do Rosário		Sebastião Melo	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Programas em que cita o tema enchente	19	63	13	43	12	92	2	15
Total de programas HGPE	30	100	30	100	13	100	13	100
TEMPO DEDICADO AO TEMA								
Categoria / Candidato(a)	PRIMEIRO TURNO				SEGUNDO TURNO			
	Maria do Rosário		Sebastião Melo		Maria do Rosário		Sebastião Melo	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Tempo dedicado ao tema enchentes	0:23:44	35,1	0:20:43	12,3	0:05:34	8,6	0:02:02	3,1
Tempo total HGPE	1:07:32	100	2:48:15	100	1:05:00	100	1:05:00	100

FONTE – As autoras, 2025.

A observação de quem fala nos trechos do HGPE em que as Enchentes são citadas mostrou que Rosário intensificou a escolha de manter-se como principal falante do tema, ainda que em menor proporção - se no primeiro turno foi ela a falar em 46% dos casos, no segundo turno esse índice foi de 33%. Já nos programas de Melo há importante alteração e o candidato não fala em nenhum dos momentos em que as Enchentes são abordadas em seus programas (no primeiro turno falou em 33%). Nos programas de Melo do segundo turno, quem aborda o tema prioritariamente é o apresentador (40%) ou o narrador (40%), seguidos por populares (20%). No caso de Rosário, observou-se também a redução das falas de populares sobre as Enchentes, que caiu de 23% para 10%. A fala de especialistas que foi exceção no primeiro turno, passa a ser inexistente no segundo turno para os dois candidatos, demarcando a exclusão de abordagens técnicas e científicas para o acontecimento.

Nas escolhas das imagens nos trechos sobre as Enchentes, os programas de Rosário do segundo turno mantiveram cenas do período e pós-enchente com os maiores percentuais tal como no primeiro turno. No caso de Melo, as animações e grafismos entraram em menor proporção, enquanto foi maior para cenas do período e pós-enchentes (destacando-se que, neste caso, o universo é reduzido a 2 programas de Melo em que o tema foi incluído).

Em relação à avaliação da postura dos candidatos nos trechos em que cada um falou sobre as Enchentes, no segundo turno houve registros apenas para Rosário, já que nos programas de Melo o candidato não foi o falante do tema em nenhum dos seus programas. No segundo turno, Rosário assume menos a postura descriptiva (57% no 1º e 21% no 2º) e mostra-se mais com postura agressiva (de 43% para 64%), intensificando sua estratégia de ataques a outros, em especial, a seu oponente.

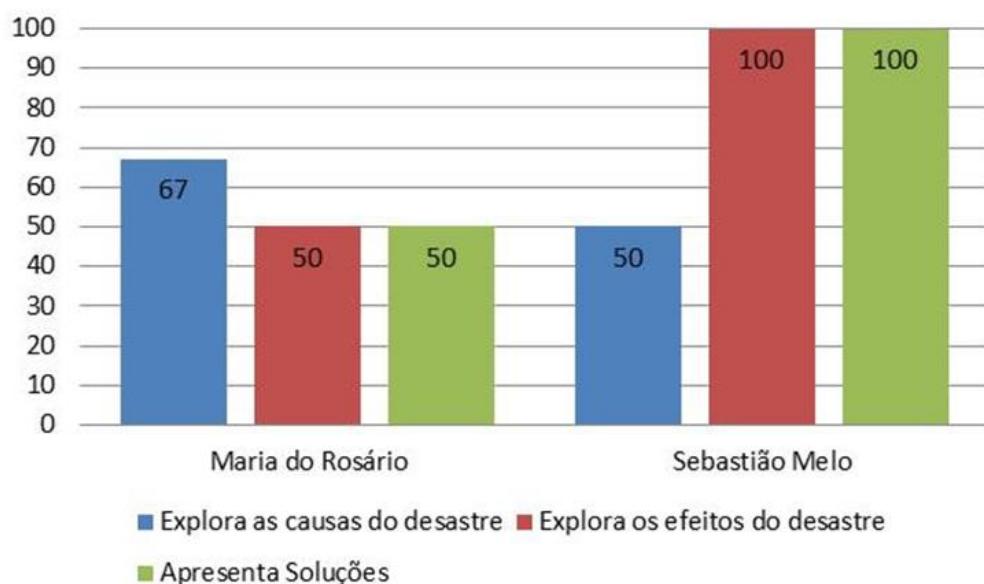
A nomeação do ocorrido no segundo turno manteve-se com as mesmas expressões do primeiro turno, registrando-se que no segundo turno o tema foi citado em apenas dois programas de Melo. Dessa forma, foi nomeado no HGPE principalmente pelos programas de Rosário que, no segundo turno, reduziram a incidência da nomeação tragédia de 24% para 8%, passando a nomear prioritariamente como enchente (58% dos casos), seguida por alagamento (25%). Tal qual no primeiro turno, não houve associação de denominações com o adjetivo climático.

A análise comparativa das ênfases de abordagem ao tema conferidas nos programas do segundo turno em relação ao primeiro, mostra que, quando as Enchentes foram tratadas, proporcionalmente, as causas foram mais referidas pelos dois candidatos: 67% dos casos de

Rosário (58% no 1º turno) e 50% no caso de Melo (18% no 1º turno) (GRA. 2). Rosário explorou apenas causas relacionadas à má gestão, falta de manutenção e investimentos, indicando falhas, principalmente, da gestão do prefeito Melo e, assim, mantendo o mesmo padrão do primeiro turno. O programa de Melo, no segundo turno, fez referência apenas a causas naturais não controláveis. No segundo turno, nenhum dos dois candidatos referiu-se a causas climáticas ou ambientais, aprofundando a ausência do primeiro turno, quando apenas Melo fez uma única referência. Ou seja, em todos os 114 programas do HGPE das eleições 2024 de Porto Alegre as causas de tipo ambiental ou climática foram praticamente excluídas do debate eleitoral.

GRÁFICO 2

Percentual de ênfase das menções sobre abordagem do tema Enchentes no segundo turno do HGPE para os dois candidatos



FONTE – As autoras, 2025.

A ênfase nos efeitos ao tratar das Enchentes foi proporcionalmente menor nos programas de Rosário, em 50% dos casos (94% no 1º turno) e maior nos programas de Melo, em 100% dos casos. No comparativo com o primeiro turno, Rosário abordou os efeitos sob perspectivas mais diversas, sendo 75% para consequências sociais, 13% para consequências econômicas e, como novidade ainda que discreta, 13% para consequências ambientais (porcentagem equivalente a 1 menção). Melo manteve as ênfases nas perspectivas econômica (com 50% diante de 40% do 1º turno) e social (com 50% diante de 60% do primeiro turno). Portanto, em

todo o período de propaganda eleitoral, também do ponto de vista das consequências a Enchente não foi significativamente abordada como questão ambiental.

A apresentação de soluções foi ênfase dominante da abordagem das Enchentes conferida nos programas de Rosário em 55% dos casos (diante de 42% no 1º turno) e em 100% dos casos nos programas de Melo (diante de 50% no 1º turno). Considera-se esse um erro estratégico da candidata desafiante que não deu destaque à oferta de soluções alternativas ao que foi implementado pelo então prefeito diante das Enchentes. Entre as soluções, a campanha de Melo manteve a linha do primeiro turno, com referência a prevenção (40% diante de 36% no 1º turno), respostas imediatas (40% diante de 45% no 1º turno) e reconstrução (20% diante de 18% no 1º turno). Nas menções do programa de Rosário a ênfase em reconstrução cresceu de 19% para 71% e, em prevenção, foi reduzida de 50% para 29%.

#### **4.3. Entre a visibilidade e a marginalização do tema das Enchentes no HGPE**

O conjunto de dados gerados nas análises dos 114 programas veiculados ao longo do primeiro e do segundo turnos das eleições 2024 em Porto Alegre permite identificar as abordagens sobre as Enchentes de Maio adotadas por cada candidato. Juliana Brizola deu visibilidade ao tema em seus programas do primeiro turno, dedicando 23,5% do seu tempo e assumindo postura majoritariamente descritiva. A classificação das ênfases permite afirmar que a candidata problematizou pouco o desastre, pois predominaram as menções ao tema em que não houve exploração das causas, dos efeitos e da apresentação de soluções.

Nos programas de Maria do Rosário o tema Enchentes teve a maior presença no comparativo dos concorrentes, tanto no primeiro como no segundo turnos. No entanto, nota-se a mudança da campanha que reduziu sensivelmente a fatia do tempo dedicado à visibilidade do tema do primeiro (35,1% do tempo total) para o segundo turno (8,1% do tempo total). Há também mudança na postura da candidata que passa de predominantemente descritiva para agressiva. Ou seja, Rosário passou a falar menos do tema, mas com mais ataques ao adversário.

Por sua vez, foi na campanha vencedora de Sebastião Melo em que a tematização das Enchentes foi a menor no comparativo tanto do primeiro turno, como do segundo. Nos 13 programas da etapa final das eleições, o prefeito reeleito abordou as Enchentes em apenas dois programas, dedicando 2 minutos e 2 segundos, enquanto no primeiro turno foram contabilizados 20 minutos e 43 segundos. Os dados indicam o movimento estratégico da campanha de Melo para a marginalização do tema Enchentes em seus programas.

A análise do HGPE para os três candidatos demonstrou que a abordagem eleitoral do acontecimento público foi estrategicamente direcionada para sua neutralização e naturalização. Houve movimentos de neutralização do acontecimento público como questão eleitoral, já que o tema perde presença ao longo da campanha no número de programas em que é citado e também no tempo proporcionalmente dedicado à sua abordagem pelos diferentes candidatos. O direcionamento à naturalização do acontecimento ocorreu já que, quando abordadas, suas causas foram pouco exploradas, especialmente aquelas relacionadas à crise climática ou ambiental. Notou-se também, que, no segundo turno, os candidatos Rosário e Melo se esquivaram do tema, ao escolherem não ser a voz que enuncia as Enchentes nem mesmo em termos das possíveis soluções para o problema. As escolhas das campanhas sobre quem falou sobre o desastre nos programas significou ainda o silenciamento do discurso técnico científico, já que as vozes de especialistas não foram incluídas.

Ao minimizar o espaço para a discussão de causas estruturais e soluções concretas, as campanhas reforçaram uma estratégia de diluição do tema como problema eleitoral. Esse movimento favoreceu, sobretudo, a candidatura do prefeito reeleito Sebastião Melo, que, ao reduzir drasticamente a abordagem do tema no segundo turno, evitou associações diretas entre sua gestão e possíveis falhas na resposta ao desastre. Por outro lado, a mudança de estratégia da candidata Maria do Rosário, que passou de uma abordagem mais descriptiva para uma postura agressiva, pode ter sido percebida mais como um ataque direcionado do que como uma problematização efetiva do evento. Assim, a ausência de um debate aprofundado sobre as Enchentes no HGPE não apenas marginalizou a questão na disputa eleitoral, mas também pode ter influenciado a formação da opinião pública sobre a responsabilidade dos candidatos frente ao maior desastre da história recente da cidade.

## 6. Considerações finais

A análise da tematização do acontecimento público Enchentes de Maio no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) nas eleições municipais de Porto Alegre em 2024 evidencia uma tensão fundamental entre a estratégia eleitoral e a normatividade da comunicação pública. Se, por um lado, a comunicação pública pressupõe o debate qualificado sobre temas de interesse coletivo, por outro, a lógica estratégica das campanhas eleitorais frequentemente subordina essa normatividade aos interesses políticos imediatos dos candidatos. No caso específico das Enchentes de Maio, maior desastre ambiental da história

recente da cidade, essa tensão resultou na marginalização do tema como questão eleitoral, demonstrando como a busca por uma imagem pública favorável pode se sobrepor à necessidade de discussão de políticas públicas essenciais.

Os dados indicam que a ausência estratégica do tema foi determinante no desfecho eleitoral, favorecendo a campanha do prefeito reeleito Sebastião Melo. Seu movimento de desapropriação do acontecimento público, reduzindo progressivamente a menção às enchentes ao longo da campanha, evitou que sua gestão fosse diretamente responsabilizada, enquanto a tentativa de suas adversárias de pautar o tema não foi suficientemente eficaz para desequilibrar a disputa. A candidata Maria do Rosário, que inicialmente dedicou mais tempo ao tema, ajustou sua estratégia no segundo turno, reduzindo o tempo de abordagem das enchentes e adotando um tom mais agressivo, sem, no entanto, transformar o desastre em um elemento central da decisão do voto.

Com este estudo não se afirma que o resultado eleitoral poderia ser diferente caso a tematização das enchentes tivesse sido mais aprofundada. No entanto, contribui para compreender como e por que as campanhas das adversárias de Melo não se empenharam ou não conseguiram transformar o acontecimento público em um fator decisivo na disputa eleitoral. Ao invés de ser um tema estruturante do debate político, as Enchentes foram tratadas como um elemento contingente e instrumentalizado dentro das dinâmicas estratégicas do HGPE, sem a devida vinculação a questões mais amplas, como mudanças climáticas e planejamento urbano.

Dessa forma, questiona-se se a democracia e a comunicação pública saem fortalecidas de uma eleição em que o maior desastre da cidade foi escamoteado pela propaganda eleitoral. Ao HGPE, enquanto espaço regulado e financiado com recursos públicos, cabe também a qualificação do debate democrático, proporcionando ao eleitorado informações para uma escolha consciente e informada. No entanto, os resultados desta análise indicam que, na prática, o espaço foi utilizado prioritariamente para reforçar imagens públicas favoráveis e mitigar desgastes políticos em relação às Enchentes, sem que o tema fosse aprofundado como um problema público central.

A despeito do resultado eleitoral, a ausência estratégica do tema no HGPE levanta reflexões sobre os limites impostos à comunicação pública no contexto de disputas eleitorais e sobre a necessidade de mecanismos que incentivem uma maior vinculação entre campanhas políticas e debates substantivos sobre problemas públicos reais. Ao fim, a vitória eleitoral de

Melo demonstra a eficácia de sua estratégia de comunicação eleitoral, mas deixa aberto o questionamento sobre os impactos dessa ausência no fortalecimento da cidadania e da democracia.

## Referências

ARENDT, H. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.

BORBA, Felipe; CERVI, Emerson Urizzi. Relação entre propaganda, dinheiro e avaliação de governo no desempenho de candidatos em eleições majoritárias no Brasil. **Opinião Pública**, v. 23, p. 754-785, 2017.

CARNIELLI, F. Z. **Comunicação pública e comunicação cínica na trama acontecimental das tragédias de Mariana e Brumadinho**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). UFRGS, FABICO. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Porto Alegre, 2021.

DEWEY, J. **La opinión pública y sus problemas**. Madrid: Ediciones Morata, 2004.

ESTEVES, João Pissara. **Comunicação, política e democracia**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2019.

FRANÇA, V. V. O crime e o trabalho de individuação do acontecimento no espaço midiático. **Caleidoscópio: Revista de Comunicação e Cultura**, [S.l.], n. 10, sep. 2013.

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**, v. 29, n. 1, 2020.

MENDONÇA, R. F. Pode a deliberação ajudar a democracia quando a própria democracia está em crise? In: MENDONÇA, R. F.; SARMENTO, R. **Crises da democracia e esfera pública: debates contemporâneos**. Belo Horizonte: Incipit, 2023.

PEREIRA, Rafael H. M. et al. **Uma estimativa da população atingida pelas enchentes do Rio Grande do Sul em 2024**. Rio de Janeiro: Ipea, set. 2024. (CGDTI: Nota Técnica, 02). DOI: <http://dx.doi.org/10.38116/ntcgdti02-port>.

PREFEITURA DE PORTO ALEGRE. **Impactos das cheias de maio de 2024 em Porto Alegre**. Porto Alegre: Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Urbanismo e Sustentabilidade (Smamus), 2024. Disponível em <https://prefeitura.poa.br/inundacoes>

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

QUÉRÉ, Louis. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. **Trajetos, Revista de Comunicação, Cultura e Educação**, n. 6, p. 59-76, 2005.

WEBER, M. H. Na Comunicação Pública, a captura do voto. **LOGOS 27: Mídia e Democracia**. Rio de Janeiro: ano 14, p. 21-42, 2º semestre de 2007.

WEBER, M. H. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: WEBER, M. H.; COELHO, M. P.; LOCATELLI, C. **Comunicação pública e política: pesquisa e prática**. Florianópolis: Insular, 2017. p. 23-56.

Weber, Maria Helena. Imagem Pública. In: RUBIM, Antônio (org). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. P. 259-307.

WEBER, Maria Helena. Do acontecimento público ao espetáculo político-mediático. **Caleidoscópio**, v. 10, p. 189-204, Lisboa, 2011.

WEBER, M. H. Na Comunicação Pública, a captura do voto. **LOGOS 27: Mídia e Democracia**. Rio de Janeiro: ano 14, p. 21-42, 2º semestre de 2007.

WEBER, Maria Helena; LOCATELLI, Carlos. A Comunicação Pública e a qualidade da democracia. In: MENDONÇA, Ricardo. F.; SARMENTO, Rayza (orgs.). **Crises da democracia e esfera pública: debates contemporâneos**. Belo Horizonte: Incipit, 2023. p. 211-233.

ZUFFO, A. C. et al. Nota Técnica Prof Água UFRGS. Porto Alegre: IPH/UFRGS, 2024. Disponível em <https://www.confea.org.br/mídias/uploads-imce/Nota-Técnica-ProfAgua-UFRGS-1.pdf>