



Impactos das Tecnologias nas Ciências Humanas e Sociais Aplicadas 6

Marcos William Kaspchak Machado
(Organizador)

Atena
Editora

Ano 2019

Marcos William Kaspchak Machado

(Organizador)

Impactos das Tecnologias nas Ciências Humanas e Sociais Aplicadas 6

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Natália Sandrini

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

I34 Impactos das tecnologias nas ciências humanas e sociais aplicadas
6 [recurso eletrônico] / Organizador Marcos William Kaspchak
Machado. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. –
(Impactos das Tecnologias nas Ciências Humanas e Sociais
Aplicadas; v. 6)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-166-4

DOI 10.22533/at.ed.664191103

1. Ciências sociais aplicadas. 2. Humanidades. 3. Tecnologia.
I.Machado, Marcos William Kaspchak. II. Série.

CDD 370.1

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

O livro “*Impactos das Tecnologias nas Ciências Humanas e Sociais Aplicadas 3*” aborda uma série de capítulos de publicação da Atena Editora, subdivididos em 4 volumes. O volume VI apresenta, em seus 31 capítulos, um conjunto de estudos acerca do papel político, histórico, urbanístico e geográfico nas modificação e construção dos espaços sociais modernos.

As áreas temáticas da ciência política e histórica nos faz entender o papel dos agentes públicos na construção social, bem como as modificações ativas, muitas vezes influenciadas por estas políticas, nos ambientes geográficos e urbanísticos atuais.

O contexto social contemporâneo é um reflexo das ações direcionadas pelas políticas de desenvolvimento regional e sustentável. Além das iniciativas estatais, observamos o papel da cooperação social no desenvolvimento regional e na formação de novas estruturas sociais e urbanísticas.

Por estes motivos, o organizador e a Atena Editora registram aqui seu agradecimento aos autores dos capítulos, pela dedicação e empenho sem limites que tornaram realidade esta obra que retrata os recentes avanços inerentes ao tema.

Por fim, espero que esta obra venha a corroborar no desenvolvimento de conhecimentos e novos questionamentos a respeito do papel transformador da educação, e auxilie os estudantes e pesquisadores na imersão em novas reflexões acerca dos tópicos relevantes na área social.

Boa leitura!

Marcos William Kaspchak Machado

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
DA RETÓRICA À ERÍSTICA DOS DISCURSOS DA SEPARAÇÃO DOS PODERES	
Álvaro Jáder Lima Dantas	
DOI 10.22533/at.ed.6641911031	
CAPÍTULO 2	18
LEVANTAMENTO DO IMPACTO DA POLÍTICA PÚBLICA DE MICROCRÉDITO RURAL NO TERRITÓRIO DO AGRESTE MERIDIONAL DE PERNAMBUCO	
Gáudia Maria Costa Leite Pereira	
João Batista de Oliveira	
Monica Aparecida Tomé Pereira	
DOI 10.22533/at.ed.6641911032	
CAPÍTULO 3	29
CONSTRUÇÕES MITOLÓGICAS NA POLÍTICA: A DISPUTA PAULISTANA ENTRE PSDB x PT NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2016	
Aryovaldo de Castro Azevedo Junior	
Fabio Caim Viana	
Hertz Wendel de Camargo	
DOI 10.22533/at.ed.6641911033	
CAPÍTULO 4	44
OLIVA ENCISO: A PRIMEIRA DEPUTADA DE MATO GROSSO	
Dayane Freitas de Lourdes	
DOI 10.22533/at.ed.6641911034	
CAPÍTULO 5	61
ASSOCIATIVISMO, PARTICIPAÇÃO E REPRESENTAÇÃO POLÍTICA NO ESPÍRITO SANTO	
Anselmo Hudson Nascimento Siqueira	
DOI 10.22533/at.ed.6641911035	
CAPÍTULO 6	77
REFLEXÕES SOBRE TECNOLOGIAS SUSTENTÁVEIS VOLTADAS PARA O DESENVOLVIMENTO RURAL NO NORDESTE PARAENSE	
Suellen Lemes Freire Santos	
Márcia Brito da Silva	
Rosana Cardoso Rodrigues da Silva	
Romier da Paixão Sousa	
DOI 10.22533/at.ed.6641911036	
CAPÍTULO 7	84
A DINÂMICA DO COMÉRCIO VAREJISTA DE PAU DOS FERROS NO ÂMBITO DO CRESCIMENTO DAS CIDADES: APRECIÇÕES	
Ana Paula de Queiroz	
Franciclécia de Sousa Barreto Silva	
DOI 10.22533/at.ed.6641911038	

CAPÍTULO 8	100
OBSERVATÓRIO GEOGRÁFICO DA FRONTEIRA SUL: UMA PLATAFORMA DE ACESSO ÀS INFORMAÇÕES REGIONAIS	
Juçara Spinelli Leonardo Mancia Silveira	
DOI 10.22533/at.ed.6641911038	
CAPÍTULO 9	111
MEIO AMBIENTE E SAÚDE: UMA RELAÇÃO INDISSOCIÁVEL	
Edmeire Samali Alencar de Brito Clecia Simone Gonçalves Rosa Pacheco	
DOI 10.22533/at.ed.6641911039	
CAPÍTULO 10	123
<i>BRAZIL INSTRUMENTARIUM</i> : TIMBRE E IDENTIDADE CULTURAL	
Alice Lumi Satomi Lucas Benjamin Potiguara	
DOI 10.22533/at.ed.66419110310	
CAPÍTULO 11	138
DUQUE DE CAXIAS (RJ) SITUAÇÃO PARADOXAL: CRESCIMENTO ECONÔMICO X DESENVOLVIMENTO SOCIAL BAIXO	
Fernando Ribeiro Camaz	
DOI 10.22533/at.ed.66419110311	
CAPÍTULO 12	155
MACAÉ COMO CIDADE MÉDIA PELA ATRAÇÃO DE MOBILIDADES PENDULARES	
Célio Quintanilha Felipe Nascimento Lucas Maia	
DOI 10.22533/at.ed.66419110312	
CAPÍTULO 13	169
AUTOSSEGREGAÇÃO E ESPAÇOS RESIDENCIAIS FECHADOS NO SUBÚRBIO FERROVIÁRIO (SALVADOR, BA)	
Rinaldo de Castilho Rossi	
DOI 10.22533/at.ed.66419110313	
CAPÍTULO 14	185
A ÁGUA QUASE MINERAL... QUEM QUER COMPRAR?	
Marlucia Ribeiro Sobrinho Adinoraide Oliveira dos Santos Ronaldo Alves de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.66419110314	
CAPÍTULO 15	199
CRIAÇÃO DO “ESPAÇO CAATINGA” E OS DESAFIOS DA ARBORIZAÇÃO EM ESCOLAS PÚBLICAS DO VALE DO SÃO FRANCISCO	
Matheus Henrique Coutinho Bonfim Paulo Roberto Ramos Antonio Pereira Filho	
DOI 10.22533/at.ed.66419110315	

CAPÍTULO 16	209
DO MANGUEZAL À COMUNIDADE: EDUCAÇÃO AMBIENTAL PARA O DESCARTE CORRETO DE RESÍDUOS SÓLIDOS	
Melissa Ferreira Santos Marcos Paulo dos Santos Maria Carolina Lima Farias Alexandre Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.66419110316	
CAPÍTULO 17	216
CICLO DA MINERAÇÃO E FORMAÇÃO DE PEQUENAS CIDADES NA SERRA DO SINCORÁ-BAHIA: O EXEMPLO DE LENÇÓIS	
Dante Severo Giudice Michele Paiva Pereira	
DOI 10.22533/at.ed.66419110317	
CAPÍTULO 18	229
O LICENCIAMENTO AMBIENTAL E A ANÁLISE ESPACIAL DOS POSTOS DE COMBUSTÍVEIS EM RIO VERDE – GO	
Andréa dos Santos Vieira	
DOI 10.22533/at.ed.66419110318	
CAPÍTULO 19	244
INICIATIVAS ESTATAIS FAVORÁVEIS AO INVESTIMENTO DA REFINARIA PREMIUM I E SUAS IMPLICAÇÕES SOCIOESPACIAIS EM BACABEIRA (MA): PERMANÊNCIAS E PERSPECTIVAS	
Hellen Mayse Paiva Silva Antonio José de Araújo Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.66419110319	
CAPÍTULO 20	261
NOVAS CONSTRUÇÕES, NOVAS OCUPAÇÕES E NOVOS DESABAMENTOS: A VELHA “MALANDRAGEM” NA DINÂMICA IMOBILIÁRIA DA LAPA	
Flavio Sampaio Bartoly	
DOI 10.22533/at.ed.66419110320	
CAPÍTULO 21	278
O IMPACTO DO PROGRAMA MINHA CASA MINHA VIDA NA URBANIZAÇÃO DO SEMIÁRIDO BRASILEIRO: UMA ANÁLISE DE CASO EM PAU DOS FERROS, RN	
Leandro Gameleira do Rego João Freire Rodrigues	
DOI 10.22533/at.ed.66419110321	
CAPÍTULO 22	295
PERSPECTIVAS SOBRE DESENVOLVIMENTO, ESCALAS E TRANSFORMAÇÕES EM SEROPÉDICA: O II PLANO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO, O ARCO RODOVIÁRIO METROPOLITANO E OS CONDOMÍNIOS LOGÍSTICOS	
Gabriel Oliveira Lopes	
DOI 10.22533/at.ed.66419110322	

CAPÍTULO 23	307
ANÁLISE ARQUEOMÉTRICA DE OCRES VERMELHOS DO SÍTIO ARQUEOLÓGICO PEDRA DO ATLAS	
Luis Carlos Duarte Cavalcante Victor Hugo Gomes Tostes	
DOI 10.22533/at.ed.66419110323	
CAPÍTULO 24	323
ENERGIAS RENOVÁVEIS: UM ESTUDO SOBRE UMA ALTERNATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NO BRASIL	
Francisca Scarlet O'hara Alves Sobrinho Ítalo Ricardo dos Santos Luana Araújo Matos Vívian Moura da Costa	
DOI 10.22533/at.ed.66419110324	
CAPÍTULO 25	332
PRAÇA ZAGURY: JARDIM SENSORIAL COMO PROPOSTA DE PRESERVAÇÃO DE PATRIMÔNIO CULTURAL E ARQUITETÔNICO DE MACAPÁ –AP	
Leonardo Oliveira Galiano Manuella Dias Sussuarana	
DOI 10.22533/at.ed.66419110325	
CAPÍTULO 26	345
VERTICALIZAÇÃO E REESTRUTURAÇÃO DO BAIRRO: ALTERAÇÕES MORFOLÓGICAS NA PAISAGEM DO BAIRRO SANTA MÔNICA – UBERLÂNDIA (MG)	
Leandro Oliveira Silva Winston Kleiber de Almeida Bacelar	
DOI 10.22533/at.ed.66419110326	
CAPÍTULO 27	361
METODOLOGIA PARA INVESTIGAÇÃO DOS IMPACTOS DA INCORPORAÇÃO DO SISTEMA DE AQUECIMENTO SOLAR DE ÁGUA EM CONJUNTO HABITACIONAL NO MUNICÍPIO DE TUPÃ	
Waleska Reali de Oliveira Braga Camila Pires Cremasco Gabriel Ana Laura Klaic Mozena	
DOI 10.22533/at.ed.66419110327	
CAPÍTULO 28	373
INFLUÊNCIAS DOS PROJETOS URBANOS NOS ESPAÇOS PÚBLICOS DE PARAISÓPOLIS	
Wagner de Souza Rezende Angélica T. Benatti Alvim	
DOI 10.22533/at.ed.66419110328	
CAPÍTULO 29	397
DIRETRIZES BIOCLIMÁTICAS PARA HABITAÇÕES DE INTERESSE SOCIAL	
Carolina Mendonça Zina Karyna de Andrade Carvalho Rosseti Luciane Cleonice Durante	
DOI 10.22533/at.ed.66419110329	

CAPÍTULO 30 410

CERÂMICAS ARQUEOLÓGICAS DO SÍTIO ENTRADA DO CAMINHO DA CAIÇARA

José Weverton Lima de Sousa

Luis Carlos Duarte Cavalcante

DOI 10.22533/at.ed.66419110330

CAPÍTULO 31 443

ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICA E DIMENSIONAMENTO ASSOCIADO À IMPLEMENTAÇÃO DE PAINÉIS FOTOVOLTAICOS EM UMA EDIFICAÇÃO VERTICAL

Carlos Eduardo Pscheidt

Andréa Holz Pfitzenreuter

DOI 10.22533/at.ed.66419110331

SOBRE O ORGANIZADOR..... 428

CONSTRUÇÕES MITOLÓGICAS NA POLÍTICA: A DISPUTA PAULISTANA ENTRE PSDB X PT NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2016

Aryovaldo de Castro Azevedo Junior

Professor Doutor do Departamento de Comunicação e do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná. prof.ary.azevedo@uol.com.br.

Universidade Federal do Paraná

Fabio Caim Viana

Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, Mestre em Comunicação e Mercado pela Casper Líbero, Publicitário, Psicanalista, professor da Faculdade Casper Líbero e Facamp. Fundador da consultoria Objeto Dinâmico – inteligência de marcas. fabiocaim@uol.com.br

Centro Universitário Belas Artes de São Paulo

Hertz Wendel de Camargo

Professor Doutor do Departamento de Comunicação e do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná. hertzwendel@yahoo.com.br

RESUMO: O cenário político nacional teve forte influência nos pleitos municipais de 2016. Investigações variadas sobre corrupção, suas reverberação midiáticas e as manifestações populares culminaram no processo de *impeachment* da presidenta Dilma Roussef, cindiram o país e polarizaram a população, que percebeu na classe política as causas

do retrocesso nacional ocasionados pela corrupção e pela gestão ineficiente. Nas eleições paulistanas este cenário foi representado no HGPE, a demonstrar como este mecanismo de comunicação eleitoral tornou-se espelho e vitrine do momento político nacional que prega a bandeira da ética, mesmo que esta seja relativizada de modo a atender interesses particulares. Este artigo valeu-se de análise de conteúdo e semiótica para evidenciar como o posicionamento dos candidatos foi influenciado pela cena nacional.

PALAVRAS-CHAVE: Propaganda; Política; HGPE; Branding.

ABSTRACT: The nationwide political scene had a strong influence on the 2016 cities elections. A range of investigations on corruption, its media reverberations and popular claims culminated in the impeachment process of president Dilma Roussef, which split the country and polarized the population, who perceived in the political class the causes of national retrocession caused by corruption and inefficient management. In São Paulo city elections, this scenario was represented in the HGPE and demonstrate how this mechanism of electoral communication became a mirror and showcase of the national political moment that preaches the banner of ethics, even if it is relativized in order to serve particular interests. This article was based on

content analysis and semiotics to evidence how the positioning of the candidates was influenced by the national scene.

KEYWORDS: Propaganda; Politics; HGPE; Branding.

UM BREVE RELEMBRAR

Os destinos da maior cidade da nação se entrelaçam com os a federação e geram uma influência recíproca que repercute na construção de identidades de candidatos que têm, em seu horizonte, além da esfera municipal, uma trilha praticamente naturalizada que passa pelo Palácio dos Bandeirantes, rumo ao Palácio do Planalto. Nas últimas três décadas, nos âmbitos municipal e federal, têm-se notado uma oscilação entre forças conservadoras e progressistas, representadas principalmente por PSDB e PT, refletindo o/no cenário nacional de fragmentação partidária que estimula a formação de coalizões eleitorais e governamentais, normalmente apoiadas ou encabeçadas por estas legendas consolidadas nacionalmente, como é possível verificar abaixo na lista de prefeitos e presidentes com a retomada democrática da Nova República, em 1985 (AZEVEDO JR. et al, 2016, p.157):

Prefeito	Partido
Mário Covas (1983-85)	Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB)
Jânio Quadros (1986-88)	Partido Trabalhista Brasileiro (PTB)
Luiza Erundina (1989-92)	Partido dos Trabalhadores (PT)
Paulo Maluf (1993-96)	Partido Democrático Social (PDS), renomeado Partido Progressista Brasileiro (PPB)
Celso Pitta (1997-2000)	Partido Progressista Brasileiro (PPB)
Marta Suplicy (2000-04)	Partido dos Trabalhadores (PT)
José Serra / Gilberto Kassab (2005-09)	Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) / Partido da Frente Liberal (PFL)
Gilberto Kassab (2009-12)	Partido Social Democrático (PSD) * com apoio do PSDB
Fernando Haddad (2013-16)	Partido dos Trabalhadores (PT)
João Doria Júnior (desde 2017).	Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB)

Tabela 1 – Prefeitos paulistanos e partidos políticos

Fonte: http://ww1.prefeitura.sp.gov.br/porta1/a_cidade/organogramas/index.php?p=574

Presidente	Partido
Tancredo Neves / José Sarney (1985-90)	Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB)
Fernando Collor (1990-92)	Partido da reconstrução Nacional (PRN)
Itamar Franco (1992-95)	Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) *com apoio do PSDB
Fernando Henrique Cardoso (1995-2003)	Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB)
Luís Inácio Lula da Silva (2003- 2011)	Partido dos Trabalhadores (PT)
Dilma Roussef (2011 – 2016)	Partido dos Trabalhadores (PT)
Michel Temer (2016 – em andamento)	Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) *com apoio do PSDB

CORRIDA PAULISTANA

Mesmo com o favorecimento inicial de candidatos com maior conhecimento público, seja pela exposição midiática e/ou pela trajetória política, como Celso Russomanno (PRB), Marta Matarazzo (PMDB) e Fernando Haddad (PT), o Horário Gratuito Político Eleitoral (HGPE) foi decisivo na disputa eleitoral paulistana, que culminou com a vitória em primeiro turno, algo inédito em São Paulo, do postulante com maior tempo de HGPE, João Doria Jr. (PSDB). Conforme estudo de Lavareda (2009), nas eleições municipais de 2008, em 77% das 26 capitais do país (20 cidades) os vencedores tiveram o maior tempo de exposição no primeiro turno no HGPE (p.47). Cientes da força do HGPE na eleição municipal, os candidatos buscaram realizar coligações que assegurassem o maior tempo possível de exposição na TV e no rádio (G1, 2016):

Coligação	Partidos Coligados	Candidatos	Tempo
<i>ACELERA SP</i>	PSDB, PPS, PV, PSB, DEM, PMB, PHS, PP, PSL, PT do B, PRP, PTC, PTN.	João Doria Jr. (PSDB) (eleito)	3'06
<i>MAIS SP</i>	PT, PC do B, PR, PDT, PROS.	Fernando Haddad (PT)	2'25
<i>UNIÃO POR SP</i>	PMDB, PSD	Marta Suplicy (PMDB)	1'57
<i>SP SABE, A GENTE RESOLVE</i>	PRB, PSC, PTB, PEN	Celso Russomanno (PRB)	1'12
	Solidariedade	Major Olímpio	21"
	PSOL, PCB	Luiza Erundina (PSOL)	10"
	REDE	Ricardo Young	09"
	PSDC	João Bico	07"
	PRTB	Levy Fidelix	06"
	PSTU	Altino	05"
	PCO	Henrique Áreas	05"

Tabela 3 – Coligações e tempos de HGPE

Fonte: Eleições 2016 (AZEVEDO JR. et al, 2016, p.159)

Este cenário teve fatos relevantes, como a ação do governador tucano Alckmin na construção da coligação que garantiu o maior tempo de exposição ao seu candidato, Doria (PSDB); o contexto de incerteza jurídica na candidatura de Russomanno (PRB) que reduziu sua coligação e seu tempo de HGPE e; a exposição midiática da operação Lava Jato que amplificou a rejeição à candidatura do prefeito Haddad (PT). Podemos notar no gráfico abaixo, que retrata os diferentes momentos da corrida eleitoral em pesquisas do Datafolha, a relação entre exposição no HGPE e o crescimento do

Neves (PSDB) questionando possível manipulação das urnas eletrônicas e prosseguiu principalmente com a abordagem sobre corrupção generalizada na administração federal (petista), o que cacifou o discurso da oposição, ampliou a crise da gestão Dilma Rousseff (PT) e cristalizou o sectarismo partidário antipetista.

Com um sentimento generalizado contra a política e contra o petismo, os candidatos foram buscando se posicionar de modo a aproveitar esta conjuntura. No geral, o candidato à reeleição, Fernando Haddad (PT), fazia a prestação de contas de sua gestão, destacando suas realizações e prometendo que elas prosseguiriam, sempre ressaltando que a cidade estava mais democrática e inclusiva, com a oferta de serviços para os mais carentes. João Dória (PSDB) bateu reiteradamente na incompetência das administrações petistas e propôs intensificar parcerias com o governo estadual e com empresas, ressaltando ser um empresário e empreendedor, não um político profissional.

As pesquisas eleitorais balizavam os ataques entre os candidatos, o que gerou uma verdadeira guerra de fatos, boatos e versões que inundou o *Facebook* e *Whatsapp* principalmente após os debates eleitorais, onde acusações variadas ganhavam visibilidade, repercutiam na imprensa e viralizavam nas redes sociais. No geral, a sistemática se repetia: se o ataque vingasse, repercutia no HGPE.

CANDIDATOS E PROPOSTAS

No conjunto, as candidaturas apresentaram propostas vagas, sem métricas confiáveis para futura análise e cobrança, com nomes de “programas vendedores” (Corujão da Saúde, Cartão Saúde Inteligente etc.), mas sem o necessário suporte técnico para checar a viabilidade para implementação. Eram comuns afirmações generalistas como *resolver os problemas da saúde (ou educação), melhorar a qualidade de vida da população, ter mais competência, ser empresário, não ser político, ter experiência, concluir as obras, ampliar os serviços*. Enfim, chavões da política renovados com estética contemporânea, resultados de pesquisas qualitativas ou *insights* de planejadores, mais interessados em responder mercadologicamente a demandas da população do que na construção de propostas factíveis.

João Doria Jr (PSDB)

O candidato enfatizou em sua campanha o fato de não ser político tradicional, mas um empresário trabalhador, bem sucedido em decorrência do próprio esforço, representante natural do antipetismo – uma vez que está vinculado ao maior partido antagonista ao PT, o PSDB. Contudo, sua indicação gerou uma forte ruptura interna em seu partido, colocando o governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, em oposição aos caciques Fernando Henrique Cardoso, José Serra, Alberto Goldman, Aloysio Nunes, dentre outros, que apoiavam Andrea Matarazzo, quadro histórico do partido.

Esse último acabou se retirando da legenda sob a alegação de corrupção feita ao seu oponente, Dória¹. Entretanto, este abalo inicial no ninho tucano foi superado no decorrer da campanha, quando Doria consolidou sua imagem de empreendedor, *self made man*, gestor, empresário e legítimo opositor do petismo.

Características dos programas eleitorais de Dória no HGPE:

Vinheta de abertura com nome do candidato e do seu vice, Bruno Covas. Sem identificação de partido, mas com destaque para número 45. Ícone “>>” utilizado em todo conjunto de comunicação e muitas vezes com o símbolo feito pelos dedos dos apoiadores (dedos médio e indicador, na horizontal), reforçando conceito de avanço rápido (velocidade), que é reiterado pelo mote da coligação Acelera São Paulo.

Candidato usualmente aparece vestindo camisas engomadas, normalmente brancas ou azuis, algumas vezes com as mangas arregaçadas, cabelo sempre impecável, falando diretamente para a câmera (declaração para os paulistanos) ou para o entrevistado, seja popular ou autoridade, conotando atenção e intimidade. No conjunto de programas sempre reforça os conceitos chaves da campanha: trabalhador, administrador, gestor, empresário, parceria com o governo do estado e com empresas privadas. Algumas vezes enfatiza não ser político “profissional”.



Figura 2 – Frames do HGPE de João Dória

Fonte: Canal Panke

Normalmente os programas do HGPE são temáticos (saúde, segurança, educação, mobilidade etc.). Seus programas iniciais focaram na área da saúde, indicado em pesquisas como a principal preocupação paulistana; e no antipetismo, sentimento bastante arraigado na capital paulista e que visa também desqualificar Haddad e Marta, sua principal adversária no início da campanha. Tangencialmente ataca Russomanno como inexperiente. Usa elementos nacionalizados relacionados ao antipetismo (manifestações pró-impeachment) para se descolar dos concorrentes como verdadeiro antagonista ao PT.

Com o crescimento nas pesquisas torna-se mais propositivo e utiliza o marketing

1. Dória foi acusado de ter comprado votos com suborno de cabos eleitorais e de ser favorecido pelo uso da máquina de governo por seu padrinho político, Geraldo Alckmin, em detrimento da candidatura de Andrea Matarazzo, que migrou para o PSD e tornou-se candidato a vice-prefeito na chapa de Marta Matarazzo (PMDB), ex-prefeita de São Paulo e senadora eleita pelo PT paulista, mas que mudou para o PMDB para se dissociar dos tempos petistas, quando ainda assinava Marta Suplicy.

negativo de modo mais suave. Associa sua imagem a lideranças partidárias, como Mário Covas (*in memoriam*), Geraldo Alckmin, Fernando Henrique Cardoso e Aécio Neves. Cita as pesquisas para destacar seu crescimento e acusa, assim como seus adversários, os ataques sofridos nas mídias sociais como parte do pérfido jogo político praticado pelos oponentes. Programas muito bem produzidos tecnicamente, com identidade visual aplicada no conjunto da comunicação utilizada pelo candidato, jingle que reforça as palavras-chave, performance televisiva efetiva. Dória teve a campanha mais cara desta eleição e soube se valer do tempo de HGPE para se consolidar na liderança.

Na amostra temática dos programas analisados, nota-se a ênfase que Dória deu à sua apresentação como candidato, principalmente por ter alto grau de desconhecimento inicial (50% pelo DataFolha). A desqualificação era distribuída principalmente entre Haddad e Matarazzo, associando-os ao petismo, algo que possui grande aderência em São Paulo, e aos problemas de suas gestões na prefeitura. As propostas apresentadas em seu programa eram bem distribuídas tematicamente, tendo uma estrutura de planejamento mais coesa e efetiva para abordar os grandes temas relacionados à gestão pública da capital paulista. Como já comentado, a quantidade de tempo que usufruiu (cerca de 155 minutos), também o possibilitou explorar com maior amplitude os diversos conteúdos eleitorais, como é possível verificar no quadro abaixo:

Parcerias com governo estadual e com empresas	A realização de parcerias com o governo do estado para a integração entre os serviços prestados pela prefeitura principalmente nas áreas de saúde, educação e transporte; além de parcerias variadas com iniciativa privada através de PPPs.
Velocidade máxima nas marginais	Restabelecer a velocidade nas marginais Tietê e Pinheiros para 90 km/h na via expressa e 70 km/h nas pistas locais. Haddad havia reduzido o limite para 70 km/h e 50 km/h, respectivamente.
Privatização de equipamentos e serviços públicos	Ceder à iniciativa privada a administração do estádio do Pacaembu, autódromo de Interlagos e do centro de eventos Anhembi. Terceirizar a prestação de serviços funerários e a administração dos cemitérios municipais. Também analisará a transferência da construção e manutenção de corredores de ônibus da capital.
Saúde	Programa Corujão da Saúde que objetiva atender usuários do SUS de madrugada, em parceria da prefeitura com hospitais e laboratórios privados, para zerar a fila de espera para exames. Propõe também a contratação de 800 médicos para atender na periferia.
Mobilidade	Ampliação dos corredores de ônibus e implementação do sistema BRT (<i>Bus Rapid Transit</i>) com a eliminação de cobradores dentro dos ônibus. Ampliação da frota com ar-condicionado, <i>wi-fi</i> , piso rebaixado para embarque e desembarque, entretenimento de bordo e ônibus com uso de combustível renovável.
Otimização administrativa	Transformação das subprefeituras em prefeituras regionais, com orçamentos próprios e descentralização da Secretaria de Infraestrutura e Obras para esta esfera descentralizada.

Empreendedorismo e empregos	'Poupatempo Empreendedor' com a simplificação de processos de abertura, funcionamento e fechamento de atividades empreendedoras; 'Empreenda SP' coordenando ações de empresários, universidades, entidades e moradores de uma determinada região, por meio de atividades e capacitação de novos empreendedores, para estimular os negócios e; Frentes de trabalho emergenciais e 'Mutirão de Emprego' para reinserção de pessoas no mercado de trabalho.
Educação	Tablets e rede <i>wi-fi</i> nas escolas municipais, aumentar o número de CEUs e estabelecer parcerias público-privadas para ampliar as creches.
Combate à corrupção	Criação de agência e conselho municipais de ética para combater a corrupção, com trabalho em conjunto com a ouvidoria da prefeitura e a futura Agência Municipal de Ética. Fortalecimento da Controladoria Geral do Município e criação de ouvidorias nas futuras prefeituras regionais.

Quadro 2 – Principais Propostas João Dória

Fonte: Próprios autores.

Construção Mitológica de João Dória Jr. no HGPE

O primeiro programa no HGPE é destinado à construção do mito do herói. Dória avança pelos diferentes obstáculos, como a morte do pai, para assumir simbolicamente seu lugar. As falas dizem respeito ao conhecimento do candidato sobre a cidade de São Paulo, onde percorreu os diversos bairros para entender seus problemas, numa *via crucis* contemporânea para estar em contato com o povo. Filho de baianos, mas nascido na cidade, o que também sintetiza uma expressão da realidade paulistana, onde muitos são filhos e netos de pais e avós nascidos em outros estados e países. A miscigenação parece ser um dos ingredientes importantes da mitologia da cidade e por isso resgatada na propaganda eleitoral.

Além disso, Dória explicitamente se coloca como filho de um perseguido da Ditadura, que sofreu todos os revezes possíveis por causa disso – pobreza, morte dos pais, dificuldades – no entanto, oferece uma alternativa para superar estas dificuldades: esforço. A relação do candidato com a história da cidade valoriza seus fortes vínculos com certa tradição, estabelecendo sua figura como alguém que está, de fato, inserido no âmago paulistano. O candidato se posiciona como aquele que tem fortes raízes com a cidade, mas que também tem um olhar voltado para o mundo, para a inovação. Novamente, resgatando outro valor considerado como representativo do paulistano, que é sua capacidade de empreender e inovar.

O discurso do candidato trata a cidade como um empreendimento, informando que haverá aceleração de crescimento, inovação, parcerias entre outros jargões administrativos. Aliás, ele se posiciona como administrador competente e que alcançou diferentes cargos na administração pública como gestor. A filiação partidária é esvaziada, relegando a logomarca tradicional do PSDB, pois a imagem do político foi ancorada no seu passado, quando seu pai foi deputado estadual e perseguido pela ditadura. Novamente, a figura do herói, neste caso, é maior do que seus vínculos pátrios

(pai, partido, país), configurando-se muito mais a partir de um vínculo matriarcal, em que a cidade de São Paulo se apresenta como a mãe generosa que sempre recebe a todos de braços abertos.

Fernando Haddad (PT)

Além do cenário nacional e da onda conservadora antipetista, a administração de Fernando Haddad (PT) sofreu forte pressão, amplificada pela mídia, contra projetos variados de sua gestão, os quais só ganhavam projeção com viés crítico ou, em grande parte das vezes, não eram nem repercutidos pela imprensa, gerando grande desconhecimento por parte da população paulistana sobre as realizações da administração municipal – fato que o candidato tentou reverter no período do HGPE.

Sua alta rejeição decorrente de uma administração polêmica e de seu vínculo ao PT resultaram em impossibilidade de vitória, o que transformou sua candidatura numa defesa do modelo de gestão petista, com ênfase para a administração focada nas populações mais carentes, na pro atividade com propostas de ganho social, mesmo com rejeição inicial da população (vide redução de velocidade nas vias paulistanas, abertura de ruas e avenidas para atividades de lazer aos finais de semana, priorização dos transportes intermodais com expansão das ciclovias e desestímulo ao uso de carros).

Características dos programas eleitorais de Haddad no HGPE:

Vinheta de abertura com símbolo de diferente “≠” que rotacionado se transforma em H, para formar Haddad. Nome do vice, Chalita e, discretamente, uma estrela incrustada no número 13, sem identificação partidária. Candidato usualmente aparece vestindo camisas, normalmente brancas ou azuis, algumas vezes com as mangas arregaçadas, cabelo normalmente revolto, com ar mais casual e informal, o que humaniza sua presença. É comum que interaja com populares, ouvindo seus problemas e/ou mostrando como as obras e ações da prefeitura melhoraram a vida da população, em típica atitude de prestação de contas da sua gestão.



Figura 4 – Frames do HGPE de Haddad

Fonte: Próprios autores.

Normalmente os programas são temáticos (saúde, segurança, educação, mobilidade, etc.). Haddad apresenta-se como uma pessoa do povo, que não é rico, não

aumentou seu patrimônio enquanto era prefeito (não foi atacado pelos adversários no quesito corrupção) e construiu sua carreira não por ser político, mas por ser competente em suas atividades como professor universitário e depois ministro da Educação, fato que o levou à atuação política. Vinhetas de transição para as realizações/propostas retomam a iconografia da abertura “≠” mas com o uso da estrela vermelha, sem a tipografia PT em sua parte interna, mas em clara alusão ao partido – o que reforça o trabalho de reposicionamento partidário em desenvolvimento em várias candidaturas petistas nas eleições municipais de 2016. A vinheta de encerramento retoma nome e número aplicados sobre um fundo artístico que remete a *skyline* paulistano. Jingle de campanha em estilo *pop*, diversificado, com uso de elementos de *rap*, *farró*, eletrônico, etc., reforça nome do candidato e o fato dele ser diferente e realizador. Locução em alguns trechos, com valorização da humanização da cidade, feita com rimas que remetem ao estilo *rap*, mas sobre bases musicais variadas, para relacionar ao conceito de São Paulo ser uma cidade plural e diversa. Programa com boa produção e utilização de elementos criativos que reforçam a humanização e jovialidade da busca por soluções inovadoras.

Na amostra temática dos programas analisados, nota-se a ênfase que o candidato deu às suas realizações durante sua gestão: educação, infraestrutura e saúde foram os maiores destaques. A apresentação como candidato foi feita no sentido de humanizá-lo, tornando-o uma pessoa que transcende o partido, visto a alta rejeição do PT na capital paulista. Fato este que também levou Haddad a inicialmente evitar a nacionalização, o que foi feito após a proposta de PEC241, quando se posicionou frontalmente contra a administração Temer, nacionalizando o discurso e retomando a importância do partido na sua formação política. Foi o candidato que menos atacou os adversários, e assim como Doria, espalhou as temáticas de forma abrangente e com maior ênfase na educação.

Suas realizações como prefeito no quadriênio 2013-2016 serviram de base no HGPE, destacando em vários programas que as propostas dos outros candidatos já haviam sido implementadas em sua administração, deixando implícitas sua competência e inovação administrativas. Destacamos aqui as que geraram mais visibilidade com reverberação na mídia durante sua gestão na Prefeitura:

Ciclovias e formas alternativas de transportes	A construção de ciclovias foi um dos feitos mais conhecidos da gestão Haddad, ampliando a irrisória malha cicloviária para 432,9 km e estimulando a diversificação do modal de transporte urbano. Também realizou a regulamentação do Uber.
Programa Ruas Abertas	Vias de lazer com práticas de esportes e atividades culturais, presentes em 29 das 32 subprefeituras de São Paulo. O cartão de visitas do programa é a abertura da Av. Paulista aos domingos.
Mobilidade urbana	Ampliação das faixas exclusivas para ônibus e redução dos limites de velocidades em ruas e vias marginais, com redução no trânsito e nos acidentes.

Praças digitais	A Prefeitura instalou internet banda larga, sem fio e gratuita em 120 praças da cidade. Foram escolhidos locais públicos de grande circulação de pessoas em regiões centrais da cidade, como a Praça Dom José Gaspar e o MASP, mas também em lugares mais distantes, como Cidade Tiradentes.
Programa Braços Abertos	Voltado a usuários de crack no centro de São Paulo, busca a ressocialização dos viciados com a contratação de dependentes para serviços públicos, em contrapartida, esses devem fazer parte de ações de combate ao vício.

Quadro 4 – Principais Propostas Haddad

Fonte: Próprios autores.

Construção Mitológica de Fernando Haddad no HPGE

Haddad, no seu primeiro programa, faz uso de sua imagem como prefeito conhecido e que não necessita se apresentar ao eleitorado. Todavia, relega a identidade do PT. Haddad se aproxima muito da mitologia de Dória por compartilhar com ele o desenlace partidário. Seu símbolo (≠ que se transforma em H) valoriza descontinuidade, diferente ao que foi feito ou está sendo feito. Indiciado pela ausência do logo do partido, o símbolo também pode representar um distanciamento à imagem institucional arranhada do PT. Outra hipótese é que o símbolo consiga expressar, de fato, uma proposta de mudança, de diferença em relação ao que é feito na política brasileira.

Além disso, seu primeiro programa aborda um tema bastante complicado para o paulistano, que é o trânsito, informando que sua atuação na prefeitura fez com que diminuíssem os congestionamentos na cidade. Ao optar por apresentar um tema tão sensível, Haddad se vincula à cidade, porém aos seus aspectos negativos. De maneira geral, a sensação contínua do paulistano é sempre a de intenso trânsito, com poucas melhorias. Desta maneira, nem retoma certa mitologia partidária, ideológica ou mesmo de seu tempo na prefeitura e, muito menos, inicia outra complementar ou destoante, porque retoma apenas o habitual do cidadão paulistano. Nesse mesmo programa, o prefeito retorna à tela para falar sobre as melhorias em locais usualmente reconhecidos como periferia da cidade de São Paulo. Novamente, desde uma perspectiva mitológica, ao se vincular à periferia, é como se estivesse se vinculando às sombras, ao contrário do concorrente Dória, que assume um discurso mais geograficamente central.

Haddad se mostra como gestor eficiente que investiu mais em áreas importantes e menos em propaganda, justificando porque tanta gente só estava descobrindo naquele momento as atividades realizadas em seu mandato. Todavia, o discurso de eficiência apresenta uma assertiva de incompetência, pois como é possível ser eficiente e, ao mesmo tempo, encontrar justificativas para não ter tido a necessária visibilidade para tais realizações? Não há espaço para incongruências na narrativa mítica. Ao finalizar seu HGPE, Haddad narra que não é um político tradicional, muito menos um empresário, ao contrário, se diz professor universitário e que pertence à

classe média e foca numa audiência específica: trabalhador, negro, pobre, morador da periferia. Novamente, a narrativa mítica não aceita contradições nem conflitos que não possam ser resolvidos e solucionados pelo herói. Haddad esquece seu papel de herói e assume uma função de homem comum.

Relações entre mito e os filmes das campanhas de Dória e Haddad

Uma das principais estratégias das campanhas eleitorais de Dória e Haddad foi o filme (ou *spot*) publicitário. A eficácia da linguagem audiovisual está em sua semântica argumentativa e sua verossimilhança com a realidade, em uma mescla singular entre oralidade, técnica e retórica. Almeida (1994) conceituou o termo “nova cultura oral” para explicar a mediação entre os homens e a realidade por meio do cinema e da televisão. Ver uma pessoa – no caso, um político – falando no vídeo substitui a experiência do diálogo com uma pessoa na vida real, portanto, o audiovisual deixa de ser uma representação e passa a ser a própria realidade.

Essa relação com o audiovisual é explorada ao máximo nas campanhas eleitorais, pois o político no vídeo busca proximidade com o espectador, conversa com ele, como se estivesse em uma conversa tangível. Desta forma, a tela opera como um púlpito e o candidato como um orador – uma performance que possui raízes nos *retores* greco-romanos, senhores da arte da retórica (gregos) e da memória (romanos). Além disso, as narrativas audiovisuais possuem um legado estético-visual e diegético que remonta os textos basilares da cultura como estrutura de significação, os mitos (CAMARGO, 2013).

As produções audiovisuais participam da formação estética, política e mítica do homem contemporâneo, operando com signos imagéticos que remontam nossa ancestral relação com os sonhos, as alucinações, as visões, as magias, os rituais, os totens, o imaginário. O consumo das narrativas audiovisuais, tais quais os filmes das campanhas de Dória e Haddad, em destaque, apresenta, ritualisticamente, uma relação arquetípica, matéria-prima do inconsciente coletivo e dos mitos (JUNG, 2008).

O mito não é apenas uma narrativa ancestral, pois se manifesta de diferentes formas na cultura, sendo as narrativas midiáticas um dos espaços de consumo e reatualização dos mitos pois, é “[...] pela narração que se constroem os mitos e com eles a memória dos homens. E não há como se construir a memória sem uma linguagem que a expresse” (COUTINHO, 2003, p.27).

Barthes (2001) já havia anunciado que mito é uma linguagem parasita de outras linguagens, sendo assim, é fácil verificar que os discursos e propostas das campanhas, somados à condução estético-retórica do espectador por meio dos filmes publicitários, esbarram em diferentes arquétipos que podem explicar, por exemplo, a ascensão de Dória. Um dos principais arquétipos universais surge no embate eleitoral do HGPE, o enfrentamento entre o bem o mal, justamente pela polarização pública provocada pela relação PT x PSDB.

O salvador encenado por Dória em sua campanha corresponde ao arquétipo do jovem guerreiro (GIRARDET, 1987) caracterizado por discursos que revelam ímpeto, audácia, energia jovem, a perseguição da glória, convidando o tempo todo o eleitor para uma aventura. Nos filmes de sua campanha, constatamos expressões que apontam para o arquétipo do jovem guerreiro tais como: “Dá pra ser diferente, dá pra ser melhor”, “Acelera São Paulo”, “Tudo o que consegui foi com muita dedicação, perseverança e trabalho [...]”. Enfim, Dória chama a nossa atenção por sua ascensão meteórica durante a campanha, partindo da posição de menos conhecido pelo público e vencendo a eleição. Os filmes da sua campanha passam por técnicas de retórica e semântica audiovisual que indicam uma narrativa consciente de construção do arquétipo do salvador jovem, aventureiro e guerreiro, audacioso o suficiente para mudar o destino da cidade São Paulo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De certa forma, as eleições de São Paulo seguiram o movimento ocorrido em todo o país, o de aversão ao governo federal, capitaneado pelo PT. Neste sentido, Dória soube se aproveitar de tal mal-estar, principalmente em relação ao antipetismo, que cresceu após a reeleição de Dilma Roussef com as ações propostas por parte da oposição, liderada pelo tucano Aécio Neves, ampliada pelas reverberações derivadas da operação Lava Jato e amplificadas pela mídia: o candidato postou-se como representante do maior partido de oposição ao petismo, o PSDB.

Dória também se apresentou frente ao eleitorado como uma alternativa de “não-político” com propostas que foram ao encontro das aspirações de mudanças dos paulistanos num momento em que a aversão aos políticos era identificada em várias pesquisas. Ele se posicionou como um empresário trabalhador, que cresceu por conta do seu esforço pessoal. Este discurso meritocrático representa o ideário paulistano de povo trabalhador, que crê que com esforço e denodo é natural a ascensão social.

Também é evidente que o tempo de HGPE e o maior investimento do candidato tucano em propaganda eleitoral lhe foram benéficos para se firmar como uma alternativa palatável ao “velho modo de fazer política”, potencializando seu discurso de empreendedor, empresário, trabalhador, alheio ao universo tradicional da política e representante das aspirações arquetípicas do empreendedorismo bandeirante.

Também se deve considerar a conjuntura eleitoral que lhe favoreceu ao evitar que fosse alvo de ataques dos outros candidatos. Todos atacaram a administração do prefeito Fernando Haddad (PT), como é de se esperar quando há um candidato à reeleição. Mas a troca de acusações entre Marta Matarazzo (PMDB) e Celso Russomanno (PRB) e a pouca atenção bélica contra João Dória Jr.(PSDB), muito em decorrência de seu alto desconhecimento inicial com baixa intenção de votos, mesclada ao rápido crescimento, tornou o candidato beneficiado pelo marketing

negativo concentrado entre seus adversários.

Outro aspecto que notamos no HGPE paulistano, que pode ser associado ao cansaço da população contra a política e os partidos políticos, foi a omissão das legendas em grande parte dos programas. PSDB, PT, PRB e PMDB, que lideraram a corrida eleitoral, enfatizaram muito mais os nomes e números dos candidatos que o próprio partido político. Coube o reforço da identidade partidária aos partidos secundários nesta disputa, como Solidariedade, PSOL, PSDC, PCO, PSTU e REDE.

A eleição paulista foi um mix de questões municipais com as grandes questões nacionais com forte influência no cenário local, como o *impeachment* da presidenta Dilma Roussef, as investigações sobre corrupção feitas na Lava Jato, o governo Temer e as questões econômicas e trabalhistas, as manifestações estudantis, a repercussão do Brasil no cenário internacional, etc. Esta situação atípica de nacionalizar a disputa à prefeitura tornou esta eleição um excelente termômetro para se avaliar a influência da mídia na formação da opinião pública pois os elementos fundamentais do processo eleitoral transcenderam as fronteiras municipais e serviram para consolidar posições político-partidárias que já focam a sucessão de 2018.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Milton José de. **Imagens e sons: a nova cultura oral**. Campinas: Autores Associados, 1994.

AMORIM, Felipe. **Número de eleitores sobe 4% em relação a 2012**. Disponível em <https://eleicoes.uol.com.br/2016/noticias/2016/07/25/144-milhoes-de-eleitores-vao-as-urnas-nas-eleicoes-de-2016.htm>, acessado em 01/03/2017.

AZEVEDO JR et al. **Eleições 2016**. Londrina/PR, Syntagma, 2017.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Trad. Rita Buongiorno e Pedro de Souza. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

CAMARGO, Hertz Wendel de. **Mito e filme publicitário: estrutura de significação**. Londrina: Eduel, 2013.

CANAL PANKE. Disponível em <https://www.youtube.com/user/ocanalpanke>, acessado em 01/09/2016.

COUTINHO, Laura Maria. **O estúdio de televisão e a educação da memória**. Brasília: Plano Editora, 2003.

ELEIÇÕES 2016. Doria cresce e se isola na ponta, diz Datafolha. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/poder/eleicoes-2016/2016/09/1817187-doria-cresce-e-se-isola-na-ponta-diz-datafolha-marta-perde-5-pontos.shtml>. Acessado em 10/02/2017.

G1. **Horário eleitoral em SP começa nesta sexta**. Disponível em <http://g1.globo.com/sao-paulo/eleicoes/2016/noticia/2016/08/horario-eleitoral-em-sp-comeca-nesta-sexta-veja-o-tempo-de-cada-candidato.html>. Acessado em 10/11/2016

GALICIA, Javier Sánchez. Comunicar para Governar. In: ELIZALDE, Luciano, RIORDA, Mario. **Comunicacion Gubernamental 360**. Buenos Aires: La Crujía, 2013.

- GIRARDET, Raoul. **Mitos e mitologias políticas**. São Paulo: Cia. das Letras, 1987.
- JUNG, Carl Gustav. **Interpretação psicológica do dogma da trindade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- LAVAREDA, Antonio. **Emoções Ocultas**, Objetiva, 2009.
- OLIVEIRA, Pedro Paulo de. **A construção social da masculinidade**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ, 2004.
- PALÁCIO DO PLANALTO. **Galeria de presidentes**. Disponível em <http://www2.planalto.gov.br/acervo/galeria-de-presidentes> . Acessado em 10/11/2016.
- PREFEITURA DE SÃO PAULO. **Organogramas**. Disponível em. http://ww1.prefeitura.sp.gov.br/portal/a_cidade/organogramas/index.php?p=574. acessado em 10/03/2017
- PORTAL BRASIL, 2016. Disponível em <<http://www.brasil.gov.br/governo/2009/11-/brasil-republica>>, Acessado em 10/11/2016.
- RUBIN, Antonio A. C. (Org.). **Comunicação e Política: conceitos e abordagens**. Salvador – BH: Edufba, 2004.
- SANTAELLA, Lucia. **Corpo e comunicação: sintoma da cultura**. São Paulo: Editora Paulus, 2004.
- SILVEIRA, Lauro F.B. **Curso de Semiótica Geral**. São Paulo: Quartier Latin, 2007.

SOBRE O ORGANIZADOR

MARCOS WILLIAM KASPCHAK MACHADO Professor na Unopar de Ponta Grossa (Paraná). Graduado em Administração- Habilitação Comércio Exterior pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. Especializado em Gestão industrial na linha de pesquisa em Produção e Manutenção. Doutorando e Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná, com linha de pesquisa em Redes de Empresas e Engenharia Organizacional. Possui experiência na área de Administração de Projetos e análise de custos em empresas da região de Ponta Grossa (Paraná). Fundador e consultor da MWM Soluções 3D, especializado na elaboração de estudos de viabilidade de projetos e inovação.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-166-4

