

QUADRO REPUTACIONAL EM UMA PERSPECTIVA PRAGMATISTA: ESTUDO SOBRE ELEITORES QUE APROVAM O GOVERNO BOLSONARO NO RIO DE JANEIRO

FÁBIO DA SILVA GOMES¹

RESUMO

O presente artigo busca apresentar uma proposta metodológica para aplicação do conceito de reputação. Entendemos que o ato de reputar está vinculado a referências e padrões edificados socialmente por comunidades de comunicação em interações intersubjetivas entre os sujeitos que as compõem. O campo teórico de nossa abordagem é a teoria pragmatista e o caso prático examinado é a avaliação dos eleitores que aprovavam o governo Bolsonaro em 2020. Os resultados encontrados apresentam uma abordagem sobre a formação do *quadro reputacional* que rege avaliações de um objeto por uma comunidade de comunicação específica (Bolsonaro por seus apoiadores).

Palavras-chave: Reputação. Pragmatismo. Bolsonaro. Governo. Interação.

Introdução

Reputação é um tema recorrente na produção científica e na imprensa e, de forma geral, expressa um julgamento público acerca de pessoas, instituições, marcas, produtos e serviços. Assim, a reputação de um objeto é apresentada como representação da percepção dos públicos. No campo comunicacional, embora já existam discussões potentes, lacunas sobre as origens e condições do fenômeno se mantêm. A pergunta central permanece: como as reputações são formadas?

Nossa hipótese é que, antes de uma reputação ser atribuída, um quadro de referência determina os padrões reputacionais para a categoria a que esse objeto pertence. Dedicamos nosso olhar sobre o conceito de reputação na pesquisa aprofundada de nossa tese de doutoramento (GOMES, 2022) – nela detalhamos o que demonstramos no presente artigo. Denominamos esses padrões de *quadro reputacional*, que conceituamos como valor construído socialmente para reputar objetos, edificado por interações em um grupo social, uma comunidade de comunicação, sob influência do ambiente da vida cotidiana, da experiência com o mundo vivido e das expectativas sobre consequências vindouras.

Diante dessa hipótese, buscamos responder duas questões: a) É possível determinar a presença de uma *comunidade de comunicação* em um ambiente social? b) Os argumentos que os sujeitos utilizam para julgar um objeto evidenciam os padrões reputacionais que construíram o *quadro reputacional*?

1 Sociólogo-Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Mestre em Gestão – Fundação Getúlio Vargas (Ebape/RJ). Especialista em Comunicação Política – ECA (USP). Doutor em Comunicação e Semiótica pela (PUC-SP). E-mail: institutoinforma.com.br.

Para responder a essas perguntas, recorreremos à teoria pragmatista, para a qual os conceitos de construção social das ideias e de comunidades de comunicação são centrais. Partindo dessa abordagem, examinaremos dois levantamentos (quantitativo e qualitativo) de pesquisa de opinião realizados no município do Rio de Janeiro, no período eleitoral de 2020. Neles, analisaremos a defesa do governo Bolsonaro por aqueles que o aprovavam. Com o levantamento quantitativo, pretendemos investigar a *comunidade de comunicação*, que denominamos de “eleitores que aprovam o governo Bolsonaro”. A partir do levantamento qualitativo, buscaremos respostas para a questão do *quadro reputacional*.

Referencial teórico

O referencial teórico pragmatista apoia nossa investigação tanto com relação ao conceito de *comunidade de comunicação*, compreendida como núcleo de práticas de interação intersubjetivas construtoras da realidade social, quanto para o de *quadro reputacional*, como valor construído socialmente por essa comunidade.

Pogrebinschi (2005) propõe uma matriz com três ideias centrais, advindas dos principais fundadores do pragmatismo (Charles Sanders Peirce, William James e John Dewey): *antifundacionismo*, *consequencialismo* e *contextualismo*. Quanto ao antifundacionismo, que renega o dogma e o pensamento fundamentalista como definidores fixos e imutáveis do pensamento dos agentes, entendemos que as apreensões dos eleitores no mundo objetivo projetam avaliações governamentais². Quanto ao consequencialismo, que associa a proposição pragmatista ao futuro, à projeção de acontecimentos vindouros, entendemos que a relação dos eleitores com governos está ligada às expectativas futuras de melhores condições de vida. Já o contextualismo, que protagoniza a experiência e as práticas (fundadas por crenças, hábitos) como insumos dos processos investigativos do pragmatismo, entendemos que o cotidiano dos eleitores (bem como as apreensões da realidade) forma o pano de fundo das avaliações políticas. Baseados nesses pilares, entendemos que a construção social do *quadro reputacional* encontra guarida no pragmatismo.

Perspectiva pragmatista

As faculdades triádicas de Peirce são seminais para o exame de um fenômeno na visão pragmatista: qualidades, relações e mediações. Além disso, a perspectiva peirceana de consciência, na qual “o pensamento é essencialmente uma ação intencional” (LEVINE, 1997, p. 227), nos autoriza a afirmar que o ato de reputar é uma ação intencional.

2 Isso ocorre não obstante as motivações ideológicas ou religiosas que predis põem o eleitor a uma avaliação deslocada de exames da performance governamental objetiva. Ainda que existam, tais motivações podem mudar em suas demandas expressas pelo mundo objetivo.

Com George Herbert Mead (em parceria com John Dewey), tal perspectiva foi examinada no campo das relações sociais – com protagonismo do conceito de interação comunicacional. A tradição microinteracionista é edificada por Mead em uma formulação também triádica (mente, *self* e sociedade), em que as múltiplas interações são entendidas como promotoras da estrutura dinâmica da sociedade (MORRIS, 2010). Com o ato social, em processos de interpretação e promoção de condutas, surgem os significados – promovedores das ideias relacionadas com um objeto. A comunicação em Mead tem, nas múltiplas conversões conscientes e na propensão do homem às respostas adaptativas (influência darwinista), a busca de evoluções e mutações – o que reafirma conceitos antifundacionistas.

Soma-se a essas concepções, a perspectiva de Dewey (1927), que entende que o Estado não se forma por “instintos sociais”, mas pela relação entre *ações humanas* e *consequências* – as ações promovem consequências sobre os outros, são percebidas e geram esforço para o controle. Dewey lança-se no desafio da distinção entre público e privado, além de propor que o conjunto de pensamentos dos sujeitos emerge das interações comunicativas – e o Estado representa as agremiações formadas. Essa teoria traduz axiomas importantes: 1) não há modelo universal de Estado; e 2) a fixidez política não é garantidora do interesse comum – mudanças das associações de sujeitos impõem transformações no Estado.

Para a conceituação de quadro reputacional, essas concepções indicam que as comunidades de comunicação são protagonistas na formação de ideias e expectativas dos sujeitos acerca do poder público. Dessa forma, tudo que comunica um governo passa pelo filtro dos padrões sociais acerca de como um governo deve ser. Portanto, a reputação de um governo é fruto da comparação entre sua performance e o *quadro reputacional*.

Comunidades de comunicação e a formação das ideias

Em Mead, os processos interacionais produzem campos de pensamento em comunidades de comunicação (MORRIS, 2010). Na perspectiva pragmatista, a influência do ambiente tem papel essencial na formação dos públicos (BLUMER, 1980; EUFRÁSIO, 2013). Morris (2010) descreve o pensamento de Mead, salientando que:

Do mesmo modo sociofisiológico que o indivíduo humano se torna consciente de si mesmo, ele também se torna consciente dos outros e, sua consciência, tanto de si como dos demais, é igualmente importante para o seu próprio desenvolvimento pessoal e para o desenvolvimento da sociedade organizada ou do grupo social ao qual pertence (MORRIS, 2010, p. 273).

A perspectiva meadiana da definição das ideias de um grupo social leva em consideração, também, a universalidade e a própria personalidade do indivíduo nos processos de relacionamento com o grupo social ao qual pertence – explicados pela possibilidade de interação e relacionamento com outros grupos. Mead concebe o indivíduo que pode acessar outras ideias como reflexão sobre o outro generalizado. Assim, entra em campo o componente reflexivo: a liberdade do sujeito em acessar as ideias construídas comunitariamente e a autonomia para refletir sobre elas.

Do conceito de “arco reflexo”, de Dewey, Mead traz a defesa da reflexividade como forma de negar a ideia de influência irrefletida de um sujeito sobre outro – ou do determinismo social (BOURDIEU, 2017). Para Mead, a reflexividade promove transformações nos indivíduos que interagem em práticas conscientes de conversão. Assim, o processamento de informações, bem como as interpretações e adaptações, formam as características do *indivíduo social* meadiano, por intermédio do qual o ato social é possibilitado pela comunicação. Encontramos, assim, em Mead, a perspectiva de *comunidades de comunicação*.

Outras abordagens pragmatistas reforçam esse conceito, como no modelo praxiológico de Louis Quéré, que recuperou a comunidade de comunicação meadiana e o compartilhamento de ideias (não uníssonas) entre os participantes:

Quando falo de uma perspectiva comum, não me refiro a uma concordância de pensamentos ou opiniões nem a uma convergência de pontos de vista pessoais. Refiro-me ao fato de os parceiros construir juntos o lugar comum a partir do qual vão momentaneamente se relacionar uns com os outros e com o mundo e organizar as suas ações recíprocas (QUÉRÉ, 2018, p. 25).

Tais reflexões indicam que o pragmatismo abarca o conceito de comunidade de comunicação e permite projetar a possibilidade de conceituação do grupo de eleitores que aprovam o governo Bolsonaro no município do Rio de Janeiro. Essa perspectiva das segmentações do eleitorado em matizes ideológicas e partidárias pode ser fundamentada também na perspicaz obra de Laclau e Mouffe ao afirmarem que:

(...) nossa análise deve ser diferenciada de análises em que a universalidade encontra uma expressão direta, não hegemonicamente mediada, no campo social, e daquelas em que as particularidades são meramente justapostas sem qualquer mediação concebível entre elas – como em algumas formas de pós-modernismo (LACLAU; MOUFFE, 2015, p. 37-38).

Cabe salientar, entretanto, algumas considerações: a) os eleitores cariocas que aprovam Bolsonaro não apresentam, necessariamente, opiniões idênticas; b) esses eleitores podem fazer parte, simultaneamente, de mais de um grupo de interação; e c) em face das redes sociais tecnológicas, esse perfil de eleitor é definido, necessariamente, por delimitações geográficas no município do Rio de Janeiro.

A construção social do quadro reputacional

Conforme já argumentamos, o *quadro reputacional* é um valor referencial sobre uma categoria de objetos para julgar um objeto específico, constituído por um conjunto de ideias, critérios e valores. Cabe-nos, então, o dever de apresentar a compreensão pragmatista de formação do pensamento das ideias. Em Mead, “o significado propriamente dito, ou seja, o *objeto do pensamento*, surge na experiência por meio da autoestimulação da pessoa para que assumam a atitude de outrem em sua relação a um objeto” (MORRIS, 2010, p. 102, grifo nosso). Assim, a forma como um governo é percebido, em face de critérios de avaliação, é edificada em processos de interação que configuram o universo discursivo de uma comunidade de comunicação. A edificação do pensamento, na perspectiva meadiana, é fruto de processos interacionais na medida em que “É o gesto que torna possível as respostas apropriadas dos diferentes organis-

mos engajados nesse processo (FRANÇA, 2008, p. 76). O estímulo realizado por um organismo promove respostas no outro organismo interagente e no próprio autor do estímulo: é a dupla transformação dos organismos pela interação no bojo da edificação do processo social.

Uma vez que, para os participantes de uma comunidade de comunicação, os significados comuns acerca de um objeto estão presentes, podemos afirmar que essa construção social das ideias comuns projeta a construção social do *quadro reputacional*. Cabe salientar, no entanto, que a referência para o julgamento de um objeto específico é uma etapa distinta da ação de reputar (ou do uso do quadro). Assim, ainda que os argumentos de julgamento de um objeto estejam presentes no quadro, os indivíduos constroem socialmente a aplicação do referencial (mutável e não fixo) a um objeto específico. Essa perspectiva perpassa um outro conceito: percepção.

Ao considerarmos que o eleitor consultará o quadro de referência³ elaborado por comunidades de comunicação para julgar o mandato do presidente, estamos diante do fenômeno da percepção. Enquanto valor atribuído, a reputação sobre um governo é originada da percepção dos eleitores. Santaella (2012) apresenta importante argumento sobre percepção:

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

Na perspectiva pragmatista, a percepção advém da habilidade de apreender informações. Assim, a concepção de construção social da aplicação do quadro reputacional concebe as interações dos sujeitos e das experiências com os fenômenos e, finalmente, no julgamento da percepção – ato de reputar.

Material e métodos

Buscando responder as questões propostas, analisaremos pesquisas realizadas no município do Rio de Janeiro nas eleições de 2020. A partir de Robert K. Yin (2005), categorizamos o conjunto de métodos utilizados no presente artigo de *levantamento*. A primeira informação relevante sobre o conjunto de dados é que se trata de dados secundários – produzidos pelo *Instituto Informa*⁴ para atender demandas de clientes. Assim, existem limitações para os objetivos acadêmicos – dados primários, específicos para o estudo, seriam mais potentes. No entanto, para nossos propósitos, os dados utilizados atendem satisfatoriamente. Foram utilizados dois levantamentos eleitorais: um qualitativo e outro quantitativo.

3 Tema examinado por FIGUEIREDO (1988).

4 Empresa Informa Instituto de Pesquisa e Consultoria LTDA, CNPJ: 020.427.197-57. Os dados foram cedidos sem custos e não configuram conflito de interesses, uma vez que as eleições eram municipais e um bloco de questões relacionado ao governo Bolsonaro foi adicionado exclusivamente para os propósitos desse artigo.

Levantamento qualitativo

O levantamento qualitativo é composto por entrevistas em profundidade. Em setembro de 2020, foram realizadas 24 entrevistas com eleitores que apoiavam Bolsonaro (QUADRO 1).

QUADRO 1 – Perfil das entrevistas em profundidade

Região	Idade	Gênero	Renda	Escolaridade	Religião
Zona Sul (ZS)	25	Masculino	Mais de 20 SM	Graduando	Católica
Zona Sul (ZS)	25	Feminino	Mais de 20 SM	Graduando	Católica
Zona Sul (ZS)	45	Masculino	Mais de 20 SM	Superior	Católica
Zona Sul (ZS)	45	Feminino	Mais de 20 SM	Superior	Católica
Zona Sul (ZS)	70	Masculino	Mais de 20 SM	Superior	Católica
Zona Sul (ZS)	70	Feminino	Mais de 20 SM	Superior	Católica
Zona Sul (ZS)	25	Feminino	a 20 SM	Graduando	Católica
Tijuca	25	Masculino	a 20 SM	Graduando	Católica
Zona Sul (ZS)	45	Feminino	a 20 SM	Superior	Católica
Tijuca	45	Masculino	a 20 SM	Superior	Católica
Zona Sul (ZS)	70	Feminino	a 20 SM	Superior	Católica
Tijuca	70	Masculino	a 20 SM	Superior	Católica
Zona Norte (ZN)	25	Feminino	Menor que 5 SM	Médio	Evangélica
Zona Oeste (ZO)	25	Masculino	Menor que 5 SM	Médio	Católica
Zona Norte (ZN)	45	Feminino	Menor que 5 SM	Médio	Católica
Zona Oeste (ZO)	45	Masculino	Menor que 5 SM	Médio	Evangélica
Zona Norte (ZN)	70	Feminino	Menor que 5 SM	Fundamental	Evangélica
Zona Oeste (ZO)	70	Masculino	Menor que 5 SM	Fundamental	Católica
Comunidade – ZS	25	Feminino	Menor que 5 SM	Médio	Evangélica
Comunidade – ZN	25	Masculino	Menor que 5 SM	Médio	Católica
Comunidade – ZO	45	Feminino	Menor que 5 SM	Médio	Católica
Comunidade – (ZN)	45	Masculino	Menor que 5 SM	Médio	Evangélica
Comunidade – Centro	70	Feminino	Menor que 5 SM	Fundamental	Evangélica
Comunidade (ZN)	70	Masculino	Menor que 5 SM	Fundamental	Católica

Fonte: Relatório da pesquisa qualitativa a partir de dados colhidos pelo *Instituto Informa*.

O quadro acima demonstra com mais detalhes o perfil dos entrevistados, em face das características da pesquisa realizada e disponibilizada, atendendo o propósito do contratante, que subsidia o propósito dessa investigação: foram entrevistados eleitores que aprovavam e que reprovavam o governo Bolsonaro – nosso exame se aplica exclusivamente ao caso da comunidade de interação dos apoiadores do Presidente. Cabe salientar, em face dos resultados das eleições de 2022, que o estudo de comunidades de interação antibolsonaristas merecem

investigações acadêmicas⁵. Os processos de recrutamento aconteceram por contato telefônico, devido à pandemia de covid-19. Já as entrevistas foram realizadas por videochamada, com utilização do aplicativo WhatsApp. Seleccionamos partes das entrevistas relacionadas com nosso estudo, que organizamos em cinco temas: 1) avaliação do presidente Bolsonaro; 2) avaliação do governo Bolsonaro; 3) percepções sobre a polarização; 4) avaliação sobre a relação dos outros eleitores com Bolsonaro (outro generalizado); e 5) influência eleitoral de Bolsonaro – reprodução das ideias políticas.

Levantamento quantitativo

Para o levantamento quantitativo, foram entrevistados eleitores do município do Rio de Janeiro entre os dias 17 e 20 de outubro de 2020. A amostra foi representativa do universo estudado, guardando proporções indicadas pelos dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), estruturados em setores censitários do Censo, e do Tribunal Regional Eleitoral do Rio de Janeiro (TRE-RJ). As proporções censitárias de faixa etária, renda familiar e gênero foram controladas. Foram entrevistados 1006 eleitores, amostra que representa o erro esperado de 3,2% para um nível de confiança de 95%. As entrevistas foram telefônicas, em razão da pandemia de covid-19 – o controle de qualidade foi garantido pela utilização do *software Survey To Go (Dooblo)*, que possibilitou a gravação das entrevistas e a auditoria por parte da empresa realizadora. A base de dados foi disponibilizada pela empresa em arquivo do software SPSS (versão 18.0). Para a análise dos dados, além de frequências de resultados e cruzamentos entre variáveis, utilizamos o método estatístico *análise dos resíduos ajustados*⁶.

Resultados e discussões

Enquanto o levantamento quantitativo foi utilizado para responder sobre a comunidade de comunicação “eleitores que aprovam Bolsonaro” no município do Rio de Janeiro, o levantamento qualitativo serviu para o exame de conteúdos discursivos que possam indicar características do “quadro reputacional governamental”.

Alguns dados eleitorais de 2018 (TSE, 2018) estabelecem marcos importantes para analisar os levantamentos de 2020. Jair Bolsonaro foi o mais votado de 2018 na cidade do Rio de Janeiro nos dois turnos, com uma votação acima da média nacional – que se explica pela tradição eleitoral com cinco mandatos de deputado pelo estado e pela reeleição em 2014 com número recorde. No primeiro turno, obteve 58,29% dos votos válidos (os votos válidos, sem nulos e brancos, somaram 90,12%, com 23,6% de ausentes) contra 19,49% de Ciro Gomes e

5 Os relatos discursivos dos que criticavam o governo Bolsonaro estão presentes no *corpus* da pesquisa avaliada. Tais fragmentos não foram apresentados por duas razões: 1) o objeto da investigação retrata exclusivamente a comunidade de interação que apoiava o Presidente; e, 2) a delimitação do tamanho do artigo não oportuniza a apresentação de fragmentos discursivos de uma outra comunidade, contrária à investigada – ainda que seja para apresentar contrastes.

6 O indicador *Adjusted Residual* aponta as possíveis diferenças entre valor esperado (resultado geral dos dados) e o valor encontrado para uma determinada categoria examinada (em cruzamentos entre variáveis categóricas). Valores do *Adjusted Residual* (AR) entre -1,96 e 1,96 são desprezados – em nosso exame, não expressam diferença significativa de uma categoria avaliativa em relação à tendência geral de intenção de voto.

12,02% de Fernando Haddad. No segundo, alcançou 66,35% dos votos válidos (com 24,07% de ausentes e 88,55% dos votos válidos). Em 2020, os que aprovavam o governo Bolsonaro somavam 40% dos respondentes do levantamento que examinamos. O percentual dos que avaliam um governo, em termos de pesquisa de opinião, representa a totalidade dos eleitores de um universo estudado – os dados mostram que 40% do total de eleitores do município do Rio de Janeiro aprovavam Bolsonaro. Examinando os resultados eleitorais de 2018, considerando o total dos eleitores (inclusive os ausentes), Bolsonaro obteve 40,13% no primeiro turno e 44,61% no segundo turno (um acréscimo de apenas 4,48% de votos entre os turnos). Esses números (aprovação e resultados eleitorais) indicam a presença de um eleitor fiel a Bolsonaro.

Comunidade de comunicação “eleitores que aprovam Bolsonaro”

No levantamento quantitativo, foi inquirido dos eleitores a nota entre zero e dez que dariam para o governo Bolsonaro, que organizamos em: 1) *aprovação* (acima de sete); 2) *regular* (entre quatro e seis); e 3) *reprovação* (iguais ou inferiores a três). Não foram observadas notas com decimais.

TABELA 1 – Categorias de avaliação do governo Bolsonaro⁷

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Aprovação	402	40,0	40,0	40,0
Regular	231	23,0	23,0	62,9
Reprovação	373	37,1	37,1	100,0
Total	1006	100,0	100,0	

Fonte: elaborado pelo autor a partir de base de dados da pesquisa.

Interessa, para nossa investigação, a primeira categoria, composta por 40% dos eleitores. No entanto, apenas a aprovação é insuficiente para configurar uma comunidade de comunicação. Traçaremos algumas leituras dos dados em busca de padrões que possam justificá-la. Iniciamos pela análise dos resíduos no cruzamento entre a avaliação de Bolsonaro e o gênero dos respondentes.

7 Em uma variável numérica, outras estatísticas são possíveis, como média (4,84); mediana (5,00); moda (0); e desvio padrão (3,7). Não retratamos esses detalhes, pois fogem ao nosso propósito.

TABELA 2 – Análise dos resíduos: governo x gênero⁸

Crosstab

			Avaliação Governo Bolsonaro			Total
			Aprovação	Regular	Reprovação	
Gênero	Masculino	Count	218	112	113	443
		% within Avaliação Governo Bolsonaro	54,2%	48,5%	30,3%	44,0%
		Adjusted Residual	5,3	1,6	-6,7	
	Feminino	Count	184	119	260	563
		% within Avaliação Governo Bolsonaro	45,8%	51,5%	69,7%	56,0%
		Adjusted Residual	-5,3	-1,6	6,7	
Total	Count	402	231	373	1006	
	% within Avaliação Governo Bolsonaro	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Fonte: elaborado pelo autor a partir de base de dados da pesquisa.

A Análise dos Resíduos (AR) indica forte correlação com o eleitorado masculino (AR=5,3). Observa-se também o que não seria diferente para uma variável dicotômica, a presença mais fraca de mulheres, com forte valor negativo (AR=-5,3). Depois da indicação do contingente, o nosso primeiro achado indica que os que aprovam Bolsonaro são caracterizados por um perfil mais masculino do que feminino⁹

Outro aspecto observado é a presença mais forte de evangélicos tradicionais ou de missão (AR=3,1) e neopentecostais ou da teologia da prosperidade (AR=4,1) entre os que aprovam. Nosso segundo achado indica uma associação entre religião e avaliação do governo Bolsonaro. No que se refere à escolaridade dos respondentes, destacam-se, entre os apoiadores de Bolsonaro, os eleitores com Ensino Fundamental incompleto (AR=2,7) e com Ensino Médio incompleto (AR=2,0). A variável “renda familiar”¹⁰, assim como “faixa etária, não se apresenta, pelo que indica o nível de significância do teste estatístico *qui-quadrado*, como uma explicadora da relação com o governo Bolsonaro – embora os eleitores com maior renda sejam mais presentes entre os que reprovam.

Assim, no que se refere ao perfil dos respondentes, os “eleitores que aprovam o governo Bolsonaro” apresentam características de diferença em relação a outras categorias de avaliação: presença mais forte de homens, evangélicos (tradicionais e neopentecostais) e com nível de escolaridade reduzido. Ainda que essas descobertas reforcem a configuração de um grupo social característico, o que possibilita a categorização de comunidade de comunicação, entendemos ser necessário o exame de outra dimensão: a comportamental.

Nesse sentido, o levantamento disponibilizado permite o exame das escolhas eleitorais para prefeito. A questão que se apresenta aqui é a associação entre avaliação do governo Bolsonaro e a escolha de uma candidatura. Na disputa no município em 2020, Bolsonaro apoiou a candidatura à reeleição de Marcelo Crivella (derrotado por Eduardo Paes).

⁸ Os testes estatísticos de análise de resíduo foram validados pelo indicador *Pearson Chi-Square*.

⁹ Fator que pode ter relação com posturas e discursos do presidente – o que não será retratado em nosso exame.

¹⁰ Para a relação entre avaliação do governo e a **renda familiar** dos respondentes, os resultados do teste *Qui-Quadrado* foram: *Person Chi-Square* = 10,890; df= 6; Asymp. Sig. (2-sided) = 0,092.

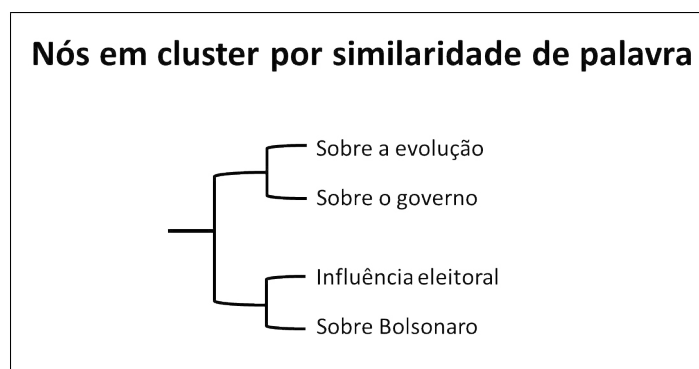
A análise dos resíduos revela a neutralidade do eleitor de Eduardo Paes em relação ao governo Bolsonaro – votação mais expressiva entre os que consideram o governo “regular” (AR=2,1). Entre os apoiadores de Bolsonaro, a associação eleitoral mais expressiva é observada no voto em Crivella (AR=6,3), seguida de Luiz Lima (AR=2,4) e Bandeira de Melo (AR=2,1). Entre os que rejeitam o governo Bolsonaro, observa-se associação eleitoral mais forte com candidaturas de esquerda: Renata (AR=5,1) e Benedita (AR=3,8). Com esses dados, entendemos que o perfil dos entrevistados e a escolha eleitoral para prefeito indicam a presença de comunidade de comunicação bolsonarista. Assim, respondemos nossa primeira questão: *a comunidade de comunicação “eleitores que aprovam o governo Bolsonaro” estava presente no município do Rio de Janeiro no período eleitoral de 2020.*

Padrões discursivos e elementos do quadro reputacional

Para avaliar os padrões discursivos dessa comunidade, utilizamos a *análise de cluster* do *software NVivo* (versão 10), por entendermos que a similaridade dos termos pode indicar sintomas de interação, da construção conjunta da reputação de Bolsonaro por intermédio de discursos.

Organizamos as respostas transcritas em quatro categorias discursivas (DIAGRAMA 1): 1) “sobre a evolução” (do governo); 2) “sobre o governo”; 3) “influência eleitoral”; e 4) “sobre Bolsonaro”. As categorias apresentam valor de correlação alto (na casa dos 0,800).

DIAGRAMA 1 – *Clusters* de temas



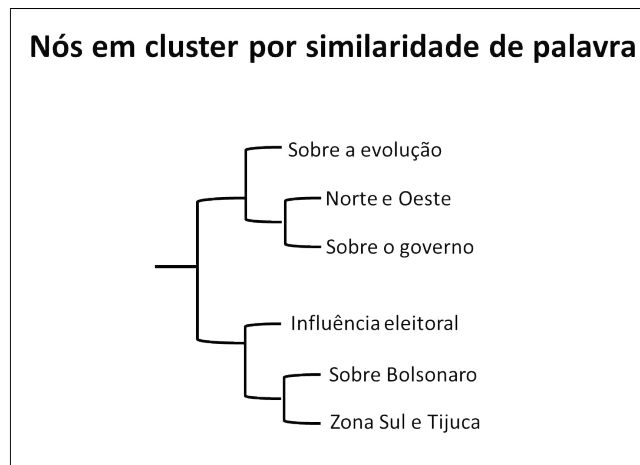
Fonte: elaborado pelo autor com base no *software NVivo*.

O primeiro agrupamento indica a associação entre a avaliação do governo e a percepção de evolução da satisfação popular. Por outro lado, a “influência eleitoral” é mais associada ao personalismo de Bolsonaro. Em nossa interpretação, observa-se, na similaridade de termos discursivos, a semelhança entre os falantes. Outra evidência é observada na relação entre a categoria discursiva e local de moradia, perspectiva pragmatista apresentada por Eufrasio (2013)¹¹ (DIAGRAMA 2). Temas relacionados ao governo/evolução aparecem mais em áreas periféricas (zonas Norte e Oeste), enquanto os da personalidade do presidente e do apoio eleitoral estão mais em áreas centrais (Zona Sul e Tijuca). Esse dado pode revelar relações com ambientes

11 EUFRASIO (2013) faz importante exame acerca do conceito de Ecologia Humana edificado na Escola sociológica de Chicago – que explica problemas sociais em face da ambiência urbanística.

cotidianos semelhantes – o que reforça a importância da ecologia humana na formação de opiniões por processos interacionais.

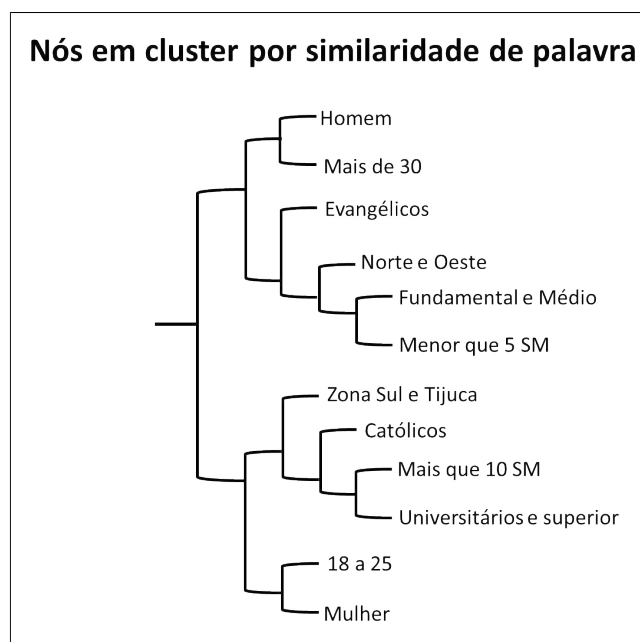
DIAGRAMA 2 – *Clusters* de temas e locais



Fonte: elaborado pelo autor com base no *software NVivo*.

De uma forma geral, as associações de termos agrupam os eleitores em dois grandes *clusters* (com subcategorias). Essa segmentação aproxima a leitura da perspectiva microinteracionista: a convivência dos sujeitos no ambiente comum (ecologia humana) aumenta a probabilidade de interação e, portanto, da construção social das ideias. Esses fatores indicam também a perspectiva mediana de formação de ideias não idênticas – ainda que aprovem Bolsonaro, podem apresentar argumentos de defesa distintos. O DIAGRAMA 3 indica a formação de *clusters* discursivos entre os que formam a comunidade.

DIAGRAMA 3 – *Clusters* gerais



Fonte: elaborado pelo autor com base no *software NVivo*.

O exame das transcrições das entrevistas em profundidade aponta para evidências de coesão discursiva entre os “eleitores que aprovam o governo Bolsonaro”. O *combate à corrupção* é o principal. Bolsonaro é admirado pelo que consideram posturas e *atitudes de enfrentamento ao status quo*, mais do que pelo reconhecimento de benefícios concretos. Esses eleitores acreditam que as ações potenciais do presidente são travadas pelas forças do Congresso, do Supremo Tribunal Federal (STF) e da imprensa. As declarações polêmicas de Bolsonaro (especialmente sobre a pandemia) indicam alguma disforia dos apoiadores – ainda que parte considere um traço de autenticidade. Por considerarem o esforço contra as forças contrárias e contra a corrupção, os eleitores relevam o tempo das entregas objetivas.

Eu gosto do governo dele, acho que ele é muito justo com as coisas, é muito correto... eu acho que ele é muito sincero. Ele faz as coisas no tempo dele e as pessoas às vezes cobram demais, mas ele está fazendo, só que no tempo dele (Mulher, 30 a 45 anos, moradora da Zona Oeste, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Ensino Médio, católica).

Eu acho que pra mim ele está tentando fazer um bom governo, só que tudo que ele tenta fazer, vem alguém pra não deixar ele fazer não aprovando. Às vezes ele fala alguma coisa em excesso que não condiz com o cargo dele, mas eu acho ele uma pessoa autêntica (Homem, 30 a 45 anos, morador da Zona Norte, renda familiar entre 10 e 20 salários-mínimos, Ensino Superior, católico).

Observa-se a esperança de ganhos futuros, ancorada na percepção da figura forte de Bolsonaro e em suas posturas conservadoras. Até mesmo, ao criticarem as falas polêmicas, destinam um olhar elogioso, que busca, nesse fato, os atributos de personalidade.

Olha, eu gosto, eu aprovo o governo dele, eu acho legal que ele preza muito a família, então isso para mim é muito importante porque eu também prezo muito a minha. Eu vejo que ele está querendo dar um jeito no Brasil (Mulher, 18 a 25 anos, moradora de comunidade da Zona Sul, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, Ensino Médio, evangélica)

Os eleitores que aprovam o governo percebem um *outro generalizado*, nos termos de Mead, também satisfeito. Nas avaliações discursivas, em questões diretas sobre o tema, os entrevistados avaliam que a aprovação de Bolsonaro está em expresso crescimento. Avaliam também que os que reprovam estariam com os olhos cobertos, não enxergam o que de fato o governo produz e a evolução que as ações projetam. Os eleitores também acreditam que os candidatos alinhados ao governo irão declarar seu apoio e capitalizar esse posicionamento.

Ele tem uns eleitores muito fortes, então eu acho que uma pessoa que tem o apoio dele ela acaba se tornando uma pessoa muito forte e as pessoas acabam confiando também. (Mulher, 18 a 25 anos, moradora de comunidade da Zona Sul, renda familiar inferior a 5 salários-mínimos, evangélica)

Os principais traços argumentativos utilizados são:

- a) Bolsonaro representa uma transformação depois de sucessivos governos de esquerda, inaugurando uma política sem “toma lá, dá cá”;
- b) O governo Bolsonaro representa princípios morais e éticos, em especial o combate à corrupção, a valorização da família, o patriotismo e a fé em Deus;
- c) As posturas e decisões indicam a projeção de um governo mais eficiente, austero, íntegro e organizado;

- d) Sua equipe escalada por critérios técnicos indica atributos de combate à corrupção e à “politicagem”;
- e) A austeridade também é responsável pela conclusão de obras inacabadas.

Entendemos que os fatores listados acima apresentam-se, nos termos peirceanos, como objetivação do *quadro reputacional*. Uma vez que a defesa do governo, eivada de argumentos de justificação (e até remissão), explica a satisfação dos respondentes, esses elementos traduzem os atributos definidos por esse público para reputar o governo federal. Com o exposto, o levantamento qualitativo tanto reforça a presença de uma comunidade de comunicação quanto responde nossa segunda questão: *são observados elementos de construção do quadro reputacional para avaliação do governo Bolsonaro*.

Conclusão

O exame dos levantamentos apresenta elementos para as respostas das questões que propomos. No município do Rio de Janeiro, nas eleições de 2020, são observados: a) uma comunidade de comunicação dos que aprovam o governo Bolsonaro; e b) a construção social, por essa comunidade, do *quadro reputacional* utilizado para avaliar o governo.

As respostas das questões investigadas são apoiadas tanto no referencial teórico quanto no exame dos resultados dos levantamentos. Conceitualmente, o *quadro reputacional* é uma construção social de ideias compartilhadas, nos termos meadianos, por uma comunidade de comunicação. Além de expressar, no conjunto da formação da comunidade de comunicação, a possibilidade de diferenças de pensamento. Os dados quantitativos expressam tanto semelhanças quanto diferenças entre os agentes, na medida em que os indicadores de correlação, embora altos, não indicam pensamentos uníssonos. Reforçamos essas ideias para indicar a tese mediana de que os sujeitos participam de outras comunidades comunicacionais. De todo modo, observa-se uma comunidade com interesses comuns, argumentos correlatos e estrutura discursiva assemelhada. O levantamento qualitativo indica os atributos utilizados para reputar o governo aprovado. Tais convicções apresentam-se como objetivação do *quadro reputacional*.

Nossos resultados estão em consonância com a perspectiva pragmatista, indicando que o eleitor, na avaliação governamental, forma sua opinião: a) com informações apreendidas do ambiente cotidiano; b) por meio das interações com outros eleitores – nas comunidades de comunicação; e c) no compartilhamento de ideias comuns – dentre elas, as que constituem o *quadro reputacional* para julgamento de governos.

O *quadro reputacional* apresenta-se, assim, como uma abordagem investigativa aplicável a outros possíveis objetos, como candidaturas, produtos, serviços e personalidades. A partir dessa perspectiva, objetos específicos podem ser avaliados na comparação com os critérios decifrados – o *quadro reputacional* daquela categoria construído pela comunidade de comunicação de interesse.

Reputational Frame in a pragmatist perspective: a study on voters who approve Bolsonaro's government in the municipality of Rio de Janeiro

ABSTRACT

This article seeks to present a methodological proposal for the application of the concept of reputation. We understand that the act of reputation is linked to references and standards socially built by communication communities in intersubjective interactions between the subjects that compose them. The theoretical field of our approach is the pragmatist theory and the practical case examined is the evaluation of voters who approved the Bolsonaro government in 2020. The results found present an approach to the formation of the reputational frame that governs evaluations of a specific object by a specific communication community (Bolsonaro by its supporters).

Keywords: Reputation. Pragmatism. Bolsonaro. Government. Interaction.

Referências

- BLUMER, Herbert. A natureza do Interacionismo Simbólico. In: MORTENSEN, Charles (org.). **Teoria da comunicação: textos básicos**. São Paulo: Mosaico, 1980, p. 119-138.
- BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. 2.ed. Porto Alegre: Editora Zouk, 2017.
- DEWEY, John. **O público e seus problemas**. Excertos - Em busca do público. [S.l.]: [s.n.], 1927. Disponível em: <<https://docero.com.br/doc/sx8850e>>. Acesso em: 22 mar. 2022.
- EUFRASIO, Mário A. **Estrutura urbana e ecologia humana: a escola sociológica de Chicago (1915-1940)**. São Paulo: Editora 34, 2013.
- FIGUEIREDO, Marcus Faria. **Democracia, comportamento eleitoral e racionalidade do voto**. 1988. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Curso de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1988.
- FRANÇA, Vera V. Comunicação e política: edifica-se uma tradição? **Revista Eletrônica Compós**, Salvador, 2000.
- GOMES, F.S. **Quadro reputacional: escolhas eleitorais em uma perspectiva pragmatista**. 2022. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2022.
- LACLAU, Ernesto; MOUFFE, Chantal. **Hegemonia e estratégia socialista: por uma política democrática radical**. 2.ed. São Paulo: Editora Intermeios, 2015.
- LEVINE, Donald Nathan. **Visões da tradição sociológica**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.
- MORRIS, Charles W. (org.). **Mente, self e sociedade**. Aparecida-SP: Ideias & Letras, 2010.
- POGREBINSCHI, Thamy. Será o neopragmatismo pragmatista? Interpelando Richard Rorty. **Novos estudos CEBRAP**, número 74, p. 125 a 138. São Paulo: CEBRAP, 2006. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/nec/i/2006.n74/>>. Acesso em: 23 out. 2021.
- QUÉRÉ, Louis. De um modelo epistemológico da comunicação a um modelo praxiológico. In: FRANÇA, Vera V.; SIMÕES, Paula. **O modelo praxiológico e os desafios da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2018, p. 15 a 50.
- SANTAELLA, Lucia. **Matrizes da linguagem e pensamento: sonora visual verbal: aplicações na hipermídia**. 3.ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SANTAELLA, Lucia. **Percepção**: fenomenologia, ecologia, semiótica. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

SITE DO TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL -TSE. **Estatísticas eleitorais do tse.jus.br** (2018). Brasília, 2018. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatisticas-eleitorais>>. Acesso em 22 jan. 2022.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2005.

Submissão: 19/04/2022

Aceite: 19/11/2022