

DOI: <https://doi.org/10.30749/2594-8261.v10n1p371-396>

**PLANOS DE GOVERNO, MARKETING POLÍTICO E DISPUTA SIMBÓLICA:
COMUNICAÇÃO POLÍTICA NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE SANTA CRUZ DO
SUL (2020–2024)**

***GOVERNMENT PLANS, POLITICAL MARKETING AND SYMBOLIC DISPUTE:
POLITICAL COMMUNICATION IN THE MUNICIPAL ELECTIONS OF SANTA
CRUZ DO SUL (2020–2024)***

Janclei Frömming ¹

Resumo: Este artigo analisa os planos de governo apresentados nas eleições municipais de Santa Cruz do Sul, Rio Grande do Sul, em 2020 e 2024, buscando compreender sua relação com o desenvolvimento regional a partir das dimensões território, instituições, governança e capacidades. Parte-se da compreensão de que o plano de governo não constitui apenas documento formal exigido para o registro eleitoral, mas artefato político e comunicacional no qual se articulam diagnósticos territoriais, demandas sociais, estratégias de legitimação e compromissos de gestão. A pesquisa adota abordagem qualitativa e articula análise documental, análise de conteúdo e entrevistas semiestruturadas com atores posicionados no campo político e comunicacional local, preservando seu anonimato. Os resultados indicam que os planos apresentam natureza híbrida: podem cumprir função protocolar e, simultaneamente, organizar prioridades, mobilizar reconhecimento político e alimentar instrumentos formais de planejamento. As entrevistas evidenciam tensões entre promessa e capacidade de execução, entre circulação comunicacional e leitura efetiva dos documentos e entre demandas municipais e responsabilidades regionais. A análise sugere que a contribuição dos planos para o desenvolvimento regional depende de sua capacidade de articular reconhecimento do território, participação institucional, mecanismos de governança e condições administrativas, políticas e financeiras de implementação. Conclui-se que os planos podem constituir ponte entre competição eleitoral e planejamento público quando acompanhados por transparência, monitoramento e integração aos instrumentos municipais e regionais.

Palavras-chave: Planos de governo. Marketing político. Capital simbólico. Comunicação política. Desenvolvimento regional.

¹ Mestrando em Desenvolvimento Regional UNISC, graduação em Comunicação Social, Publicidade e Propaganda pela UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL UNISC. MBA em Gestão Empresarial, Especialização em Desenvolvimento Humano (Neurociência). Atualmente é Professor de Artes Marciais, Palestrante e Micro Empreendedor Individual. Tem experiência na área de Comunicação, Gestão, Marketing e Desenvolvimento Humano. <http://orcid.org/0009-0003-1579-1140>

Abstract: This article analyzes government plans presented in the municipal elections of Santa Cruz do Sul, Rio Grande do Sul, in 2020 and 2024, seeking to understand their relationship with regional development through the dimensions of territory, institutions, governance and capacities. The study assumes that a government plan is not merely a formal document required for electoral registration, but a political and communicational artifact in which territorial diagnoses, social demands, legitimation strategies and management commitments are articulated. The research adopts a qualitative approach combining document analysis, content analysis and semistructured interviews with actors positioned in the local political and communicational field, preserving their anonymity. The results indicate that government plans have a hybrid nature: they may fulfill a procedural function while also organizing priorities, mobilizing political recognition and informing formal planning instruments. Interviews reveal tensions between promises and implementation capacity, between communicational circulation and effective public reading of the documents, and between municipal demands and regional responsibilities. The analysis suggests that the contribution of government plans to regional development depends on their ability to articulate territorial recognition, institutional participation, governance mechanisms and administrative, political and financial conditions for implementation. The article concludes that plans can constitute a bridge between electoral competition and public planning when accompanied by transparency, monitoring and integration with municipal and regional instruments.

Keywords: Government plans. Political marketing. Symbolic capital. Political communication. Regional development.

Recebido em: 09/09/2026

Aceito para publicação em: 29/09/2026

1. INTRODUÇÃO

Este artigo analisa como os planos de governo das eleições municipais de Santa Cruz do Sul (RS), em 2020 e 2024, foram concebidos, selecionados e mobilizados no processo de disputa política. O interesse recai sobre o processo de construção dos documentos, os agentes participantes, os critérios utilizados para definir prioridades e a transformação de propostas em mensagens eleitorais.

Parte-se da compreensão de que o plano de governo possui natureza híbrida. Ele pode funcionar como documento institucional, instrumento de planejamento, recurso de comunicação e mecanismo de construção de credibilidade. Por isso, sua análise não pode se limitar ao conteúdo final: é necessário observar as relações, escolhas e estratégias envolvidas em sua produção e circulação.

O problema de pesquisa é: como os planos de governo das eleições municipais de Santa Cruz do Sul, em 2020 e 2024, são concebidos e mobilizados na disputa política, articulando demandas sociais, conhecimentos técnicos, trajetórias dos agentes e estratégias de comunicação?

O objetivo geral é analisar o processo de concepção dos planos de governo e sua relação com a disputa simbólica no campo político municipal. Especificamente, busca-se identificar os agentes envolvidos na elaboração; compreender como as propostas são selecionadas e filtradas; analisar a relação entre plano, marketing político, comunicação e credibilidade; e comparar continuidades e mudanças entre 2020 e 2024.

A pesquisa parte da hipótese de que a elaboração dos planos não é exclusivamente técnica nem exclusivamente comunicacional. Trata-se de um processo de negociação no qual diferentes agentes e capitais participam da definição do que será apresentado como prioridade, viável e relevante para o eleitorado. A dimensão simbólica decorre justamente dessa seleção e das formas de circulação do documento.

Para responder ao problema, a pesquisa adota abordagem qualitativa e tem como principal fonte empírica cinco entrevistas semiestruturadas. Os entrevistados ocupavam posições distintas: assessor de campanha, vice-prefeito eleito, jornalista, profissional de marketing e prefeita eleita. Para preservar o anonimato, são identificados como Entrevista 1, Entrevista 2, Entrevista 3, Entrevista 4 e Entrevista 5. Os depoimentos são triangulados entre si e confrontados com os planos de governo e materiais documentais e midiáticos.

A organização do artigo prioriza, portanto, a análise empírica. Após o referencial teórico e os procedimentos metodológicos, os resultados são discutidos a partir das convergências e divergências entre as cinco entrevistas, buscando compreender como diferentes posições no campo político e comunicacional produzem interpretações distintas sobre o mesmo documento.

2. REFERENCIAL ANALÍTICO

2.1. PLANOS DE GOVERNO, CAMPO POLÍTICO E PRODUÇÃO SIMBÓLICA

A formulação de planos de governo municipais constitui um fenômeno complexo multidimensional, situado no cruzamento entre planejamento administrativo, estratégias eleitorais, produção discursiva e construção simbólica de legitimidade próprias do campo político. Entre 2000 e 2024, observa-se significativa intensificação do uso desses documentos nas campanhas eleitorais brasileiras, acompanhada pela crescente profissionalização do marketing político, pela ampliação do acesso às

mídias digitais e por transformações nas formas de comunicação pública. Nesse contexto, compreender o papel dos planos de governo requer um enquadramento teórico capaz de articular dimensões estruturais, discursivas e institucionais, o que justifica o diálogo aqui estabelecido entre Bourdieu. Esses documentos não podem ser compreendidos apenas como instrumentos técnicos de gestão pública, mas como artefatos discursivos que expressam relações de poder, visões de mundo e estratégias de legitimação mobilizadas durante o processo eleitoral.

Sob a perspectiva da sociologia reflexiva de Pierre Bourdieu, os planos de governo inserem-se no campo político, entendido como um espaço relativamente autônomo, estruturado por disputas concorrenciais entre agentes que buscam impor definições legítimas dos problemas públicos e das formas adequadas de solucioná-los (Bourdieu, 1989). Nesse campo, a eficácia de uma proposta política não decorre exclusivamente de sua viabilidade técnica, mas da capacidade de produzir reconhecimento e adesão simbólica. Como afirma Bourdieu, “o poder simbólico é um poder invisível, que só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem” (Bourdieu, 1989, p. 8).

No campo político, o capital simbólico manifesta-se na credibilidade, na autoridade moral, na imagem de competência técnica ou na proximidade com a população que determinados candidatos ou grupos conseguem construir. Os planos de governo desempenham papel estratégico nesse processo, pois funcionam como dispositivos de legitimação capazes de converter promessas, discursos e narrativas em sinais de responsabilidade, compromisso e capacidade de governar.

O *habitus* é referido a um campo, e se acha entre o sistema imperceptível das relações estruturais, que moldam as ações e as instituições, e as ações visíveis desses atores, que estruturam as relações. O social é constituído por campos, microcosmos ou espaços de relações objetivas, que possuem uma lógica própria, não reproduzida e irreduzível à lógica que rege outros campos. O campo é tanto um “campo de forças”, uma estrutura que constrange os agentes nele envolvidos, quanto um “campo de lutas”, em que os agentes atuam conforme suas posições relativas no campo de forças, conservando ou transformando a sua estrutura (Bourdieu, 1996, p. 50).

Os campos não são estruturas fixas. São produtos da história das suas posições constitutivas e das disposições que elas privilegiam (Bourdieu, 2001, p. 129).

O que determina a existência de um campo e demarca os seus limites são os interesses específicos, os investimentos econômicos e psicológicos que ele solicita a agentes dotados de um *habitus* e as instituições nele inseridas. O que determina a vida em um campo é a ação dos indivíduos e dos grupos, constituídos e constituintes das relações de força, que investem tempo, dinheiro e trabalho, cujo retorno é pago consoante a economia particular de cada campo

(Bourdieu, 1987, p. 124).

Os campos resultam de processos de diferenciação social, da forma de ser e do conhecimento do mundo. Como tal, cada campo cria o seu próprio objeto (artístico, educacional, político etc.) e o seu princípio de compreensão. São “espaços estruturados de posições” em um determinado momento. (Thiry-Cherques, 2006, p. 35-36)

A validade de uma proposta não se reduz à sua capacidade técnica, mas ao modo como é percebida, internalizada e acreditada pela coletividade, dimensão que articula diretamente política, crença social e produção de legitimidade. Nas palavras do autor, “em política, dizer é fazer, fazer crer que se pode fazer o que se diz” (Bourdieu, 1989, p. 185), evidenciando que o discurso programático não apenas descreve intenções: ele disputa autoridade e produz mundos possíveis. Os planos de governo operam, portanto, como instrumentos de produção de crenças, nos quais se articulam discursos, promessas e classificações sociais que visam legitimar determinados projetos políticos e excluir outros do horizonte de possibilidades percebidas como viáveis.

O campo político não se organiza de forma neutra ou consensual, mas como um espaço de lutas simbólicas, no qual os agentes buscam impor suas visões de mundo como universais e legítimas. Essas disputas são mediadas por regras próprias do campo, por uma lógica específica de funcionamento e por uma *illusio* compartilhada, isto é, a crença de que o jogo político vale a pena ser jogado. Nesse sentido, os planos de governo podem ser compreendidos como produtos típicos do campo político, elaborados segundo suas regras, expectativas e disputas internas.

Os conceitos de *habitus* e capital simbólico são centrais para análise. O *habitus*, pode ser compreendido como o conjunto de disposições incorporadas ao longo da trajetória social, orienta percepções, julgamentos e práticas dos indivíduos, influenciando a forma como os cidadãos avaliam propostas políticas e reconhecem

sua plausibilidade. Trata-se de um conhecimento adquirido que se torna capital (Bourdieu, 1989, p. 61), moldando tanto a formulação quanto a recepção dos programas eleitorais. O capital simbólico, por sua vez, refere-se ao reconhecimento social que converte discursos em autoridade, configurando-se como recurso decisivo na disputa eleitoral (Bourdieu, 1999, p. 60). Assim, um plano de governo adquire força política somente quando reconhecido como legítimo pelos agentes do campo.

Pelo fato de que todos nós fomos crianças antes de tornarmo-nos homens, e nos foi preciso ser dirigidos por nossos apetites e por nossos preceptores, muitas vezes contrários uns aos outros, além do que nem sempre nos aconselhavam o melhor, parece-me quase impossível que nossos juízos sejam tão puros e tão sólidos como teriam sido caso pudéssemos ter tido o uso inteiro da nossa razão desde o momento de nosso nascimento, de tal modo que ela teria sido sempre nosso guia. (Bourdieu, 1982, p. 228)

Ao analisar o campo político, Bourdieu destaca que o poder não se exerce apenas por meios coercitivos ou institucionais, mas, sobretudo, por meio da capacidade de produzir sentidos, classificações e consensos aparentes. Assim, o estudo dos planos de governo exige considerar não apenas o conteúdo programático explícito, mas também os mecanismos simbólicos por meio dos quais determinadas propostas se apresentam como naturais, necessárias ou inevitáveis.

As disputas políticas são também disputas por distinção. No interior do campo político, os agentes buscam diferenciar-se uns dos outros por meio de estilos discursivos, agendas prioritárias, valores mobilizados e formas específicas de apresentação de suas propostas. Essas estratégias de distinção são fundamentais para a construção de identidades políticas e para a demarcação de posições no jogo eleitoral.

Dessa perspectiva, os planos de governo não são apenas instrumentos administrativos, mas dispositivos de disputa simbólica, que combinam produção discursiva e estratégias de visibilidade. Entre 2000 e 2024, esse caráter performativo tornou-se ainda mais evidente diante da consolidação das mídias digitais, da segmentação de públicos e da intensificação de estratégias de comunicação política. A literatura aponta que tais documentos podem operar simultaneamente como guia de gestão e como narrativa eleitoral, podendo converter-se, ou não, em políticas efetivamente implementadas. Essa ambiguidade, que articula promessa e ação,

marketing e descrição do plano eleitoral, legitimação e governo, é o eixo analítico central desta pesquisa.

Os planos de governo, nesse contexto, operam como instrumentos de produção simbólica, nos quais se articulam narrativas sobre problemas públicos, soluções desejáveis e projetos de futuro. Ao selecionar determinados temas e silenciar outros, esses documentos contribuem para a construção social da agenda política, definindo o que deve ser percebido como prioridade e o que permanece à margem do debate público.

Além disso, as estratégias de distinção estão profundamente relacionadas ao *habitus* dos agentes e do eleitorado. As disposições socialmente incorporadas orientam tanto a formulação dos planos quanto sua recepção, delimitando os horizontes de plausibilidade das propostas apresentadas. Assim, os planos de governo não apenas refletem disputas políticas, mas também reforçam classificações sociais e visões hierarquizadas do mundo social.

Com base nesse marco teórico inicial, o próximo capítulo aprofundará o diálogo com as influências e estudos de marketing político, permitindo compreender como os planos de governo circulam, produzem significados e estruturam expectativas sociais no contexto municipal brasileiro.

2.2. MARKETING POLÍTICO, DESENVOLVIMENTO E COMUNICAÇÃO

O campo do marketing político oferece importantes aportes analíticos para compreender como os planos de governo são concebidos, estruturados e comunicados no contexto das campanhas eleitorais. Longe de se restringirem a documentos técnicos de planejamento administrativo, os planos de governo passam a integrar o conjunto de estratégias por meio das quais candidatos e partidos buscam construir visibilidade, credibilidade e diferenciação no mercado eleitoral. Nesse sentido, o marketing político contribui para explicar não apenas a forma, mas também os conteúdos e os enquadramentos discursivos adotados nesses documentos.

Kotler (1999, p. 37) define o marketing político como “um conjunto de estratégias utilizadas para identificar, satisfazer e influenciar demandas do eleitorado”, partindo da premissa de que partidos e candidatos operam como produtos que disputam a preferência dos eleitores em um mercado competitivo. A partir dessa perspectiva, os planos de governo assumem a função de instrumentos estratégicos

de posicionamento, nos quais propostas, valores e promessas são organizados de modo a maximizar sua aceitação junto a públicos específicos. Mais do que expressar diagnósticos técnicos da realidade local, esses documentos tendem a ser moldados a partir da leitura das expectativas sociais percebidas como eleitoralmente relevantes.

Rego e Lamounier (1994, p. 52) enfatizam que o marketing político atua diretamente sobre a formatação dos planos de governo, convertendo-os em instrumentos de persuasão eleitoral. Segundo os autores, as propostas são frequentemente ajustadas às demandas e sensibilidades do eleitorado, o que contribui para a construção de narrativas capazes de gerar identificação, confiança e adesão simbólica. Nessa lógica, a consistência técnica das propostas pode ceder espaço à eficácia comunicacional, reforçando o caráter retórico e performativo dos planos de governo.

Kotler e Kotler (1999, p. 112) aprofundam essa análise ao afirmar que um marketing político eficaz deve “alinhar valores e símbolos com programas e propostas”, evidenciando que a dimensão simbólica é constitutiva da comunicação política. Os planos de governo, nesse sentido, tornam-se espaços privilegiados para a mobilização de valores moralmente reconhecidos, como eficiência, responsabilidade, experiência administrativa, proximidade com a população e compromisso com o desenvolvimento local. Esses elementos operam como recursos simbólicos capazes de conferir autoridade e legitimidade às candidaturas, mesmo quando não acompanhados de detalhamento técnico ou viabilidade orçamentária explícita.

A literatura internacional sobre comunicação política reforça essa interpretação ao destacar que, nas democracias contemporâneas, a política é cada vez mais mediada por lógicas comunicacionais e mercadológicas. Para Canel e Voltmer (2014), a comunicação política contemporânea é indissociável da lógica do marketing, uma vez que os atores políticos disputam atenção, visibilidade e credibilidade em ambientes altamente competitivos e saturados de informação. Nesse contexto, os planos de governo são estruturados como mensagens estratégicas, cuidadosamente elaboradas para construir confiança, reforçar identidades políticas e diferenciar candidaturas no cenário eleitoral.

Essa perspectiva dialoga diretamente com a abordagem bourdieusiana, na medida em que ambas reconhecem o papel central das estratégias discursivas e

simbólicas na construção da autoridade política. Enquanto o marketing político enfatiza a dimensão estratégica da comunicação e do posicionamento eleitoral, a teoria de Pierre Bourdieu permite compreender esses processos como parte de disputas simbólicas mais amplas no interior do campo político, nas quais diferentes agentes buscam converter capitais econômicos, sociais e culturais em capital simbólico. Os planos de governo, portanto, podem ser interpretados como dispositivos por meio dos quais essa conversão se materializa, conferindo reconhecimento e legitimidade às propostas e aos agentes que as enunciam.

Sob essa ótica, os planos de governo configuram-se como documentos híbridos, que articulam dimensões técnicas, institucionais e simbólicas. Eles são, simultaneamente, propostas programáticas, instrumentos formais exigidos pelo processo eleitoral, arenas de disputa política e peças centrais de marketing. Essa condição híbrida reflete tanto os limites impostos pelas estruturas institucionais e pelas correlações de força no campo político quanto as estratégias comunicacionais mobilizadas para produzir adesão social e reconhecimento público. Assim, a análise dos planos de governo exige considerar não apenas o conteúdo das propostas, mas também os enquadramentos discursivos, os valores mobilizados e as estratégias simbólicas por meio das quais esses documentos buscam legitimar projetos de poder e visões específicas de desenvolvimento.

2.3. MARKETING POLITICO, DESENVOLVIMENTO REGIONAL E DISPUTA SIMBÓLICA NOS PLANOS DE GOVERNO

A análise dos planos de governo municipais orientados ao desenvolvimento regional exige uma abordagem que articule planejamento público, comunicação política e produção simbólica. Nesse sentido, o campo do marketing político oferece aportes relevantes para compreender como esses documentos são concebidos, estruturados e comunicados, ao passo que as contribuições do desenvolvimento regional permitem problematizar os sentidos e as narrativas mobilizadas em torno do território, da economia e da ação pública.

Ao discutir o desenvolvimento regional, Deponti (2014) enfatiza que esse processo não pode ser reduzido à lógica do crescimento econômico, devendo incorporar dimensões sociais, ambientais e participativas. Para a autora, o desenvolvimento regional envolve inclusão social, sustentabilidade ambiental e

participação cidadã, articulando políticas públicas capazes de valorizar as potencialidades locais e reduzir desigualdades estruturais. Essa perspectiva implica compreender os planos de governo como instrumentos estratégicos que deveriam expressar visões integradas de território, articulando políticas setoriais e promovendo justiça social e econômica. No entanto, quando atravessados pelas lógicas do marketing político, esses planos tendem a ser reconfigurados como narrativas seletivas de desenvolvimento, nas quais determinadas dimensões ganham visibilidade enquanto outras são silenciadas.

De modo convergente, Etges (2001; 2005) compreende o desenvolvimento regional como um processo multidimensional, que envolve variáveis econômicas, sociais, culturais, ambientais e políticas, ressaltando a centralidade da equidade territorial e da cooperação intermunicipal. Para a autora, políticas públicas orientadas ao desenvolvimento regional devem considerar as especificidades culturais e ambientais dos territórios e dialogar com estratégias supralocais, evitando abordagens reducionistas centradas exclusivamente no crescimento econômico. Essa concepção reforça a importância dos planos de governo como instrumentos de planejamento territorial; contudo, também evidencia o risco de que, sob a influência do marketing político, esses documentos passem a operar mais como dispositivos retóricos do que como guias efetivos de ação pública.

É nesse ponto que o diálogo com o marketing político se torna central. Kotler (1999) define o marketing político como um conjunto de estratégias voltadas à identificação, satisfação e influência das demandas do eleitorado, tratando candidatos e partidos como produtos que disputam espaço em um mercado eleitoral competitivo. Nessa lógica, os planos de governo assumem a função de peças estratégicas de diferenciação e posicionamento, sendo estruturados para maximizar aceitação, credibilidade e reconhecimento junto a públicos específicos. Rego e Lamounier (1994) observam que esse processo tende a converter os planos em instrumentos de persuasão, ajustando propostas às expectativas sociais percebidas como eleitoralmente relevantes.

2.4. PLANEJAMENTO PÚBLICO, DESENVOLVIMENTO E CAPACIDADE DE EXECUÇÃO

A análise dos planos também exige considerar sua relação com o planejamento público. O documento eleitoral não substitui os instrumentos orçamentários e administrativos, mas pode funcionar como referência inicial para sua formulação. A passagem da promessa à política pública depende de capacidades institucionais, recursos financeiros, coordenação e decisões posteriores. Essa dimensão será observada empiricamente nas entrevistas, sem transformar a formação de agenda no eixo central da pesquisa.

No campo do desenvolvimento regional, Deponti (2014) e Etges (2001; 2005) permitem compreender o território como espaço de relações econômicas, sociais, políticas e culturais. As propostas dos planos não se limitam a obras ou serviços: expressam interpretações sobre problemas, potencialidades e futuros possíveis para o município e sua relação com a região.

Desse modo, o referencial articula três dimensões principais: campo e poder simbólico; marketing político e comunicação; e desenvolvimento regional e capacidade de implementação. Estudos sobre agenda pública são mobilizados apenas quando contribuem para compreender a seleção de prioridades, não constituindo o foco analítico principal.

Esse enquadramento permite superar a oposição entre plano técnico e peça de propaganda. O plano pode responder a uma exigência jurídica, organizar a visão de futuro da candidatura, sintetizar demandas territoriais, construir imagem de competência e servir de referência para a gestão. Seu significado depende das relações que explicam sua elaboração, circulação, legitimação e utilização posterior.

A dimensão territorial é central porque problemas e oportunidades são definidos a partir de determinada configuração espacial e social. Em um município com funções de polo regional, a análise também deve perguntar se as propostas reconhecem interdependências com municípios vizinhos. A dimensão institucional permite identificar quem participa da definição das prioridades. A governança permite examinar como esses atores negociam e coordenam interesses. A análise das capacidades, por sua vez, permite aproximar promessa, recursos e implementação.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa adota abordagem qualitativa e caráter interpretativo, orientada pela perspectiva de Pierre Bourdieu para compreender relações, posições e recursos mobilizados no campo político. O objeto empírico são os processos de concepção e utilização dos planos de governo das eleições municipais de Santa Cruz do Sul de 2020 e 2024.

A principal fonte de dados é constituída por cinco entrevistas semiestruturadas, realizadas entre abril e setembro de 2026. A seleção foi intencional e buscou contemplar posições distintas no processo eleitoral: Entrevista 1, assessor de campanha e cabo eleitoral; Entrevista 2, vice-prefeito eleito; Entrevista 3, jornalista; Entrevista 4, profissional de marketing; e Entrevista 5, prefeita eleita. Os nomes não são utilizados na análise, preservando-se o anonimato dos participantes.

O roteiro abordou trajetória e posição dos agentes, elaboração dos planos, participação de grupos, critérios de seleção, viabilidade, papel do marketing, circulação midiática, credibilidade, relação com desenvolvimento municipal e regional e acompanhamento posterior das propostas. A diversidade das posições permitiu observar o fenômeno por diferentes ângulos, sem tratar um depoimento isolado como representação do conjunto.

A análise foi realizada por categorias temáticas: agentes e participação; seleção e filtragem das propostas; viabilidade e capacidade de execução; capital simbólico e credibilidade; marketing e comunicação; circulação do plano; continuidade e mudança entre 2020 e 2024; e relação entre promessa, gestão e desenvolvimento. A formação de agenda aparece apenas como dimensão auxiliar quando os entrevistados descrevem a seleção de prioridades.

A triangulação constituiu procedimento central. Primeiro, compararam-se os cinco depoimentos, identificando convergências, divergências e complementaridades. Segundo, os relatos foram confrontados com os planos de governo analisados e com materiais públicos utilizados na pesquisa. Terceiro, os achados foram interpretados à luz do referencial teórico. Assim, uma afirmação de um entrevistado não é tratada como fato geral, mas como evidência situada que ganha força ou é tensionada quando comparada às demais fontes.

Como fontes complementares foram utilizados os planos de governo registrados para os pleitos de 2020 e 2024 e materiais de circulação pública, incluindo

conteúdos jornalísticos. A análise documental não substitui as entrevistas: serve para verificar como as questões relatadas pelos agentes aparecem no documento final e para observar continuidades e diferenças entre os pleitos.

Por se tratar de pesquisa qualitativa situada em um município e em dois processos eleitorais, os resultados não pretendem produzir generalizações estatísticas. A contribuição está na compreensão do processo de produção dos planos e das relações entre seus agentes, conteúdos e formas de circulação.

Dimensão	Observação	Fontes	Questão analítica
Território	Problemas, potencialidades, escalas e narrativas	Planos e entrevistas	Como o território é representado?
Instituições	Atores, regras, partidos e organizações	Planos, entrevistas e legislação	Quem participa e influencia a agenda?
Governança	Articulação, negociação e coordenação	Planos e entrevistas	Como demandas viram prioridades?
Capacidades	Recursos, viabilidade, gestão e execução	Planos e entrevistas	Que condições existem para implementar?
Fonte: Elaborado pelo autor.			

4. SANTA CRUZ DO SUL: TERRITÓRIO E CONTEXTO POLÍTICO-INSTITUCIONAL

Santa Cruz do Sul ocupa posição estratégica no Vale do Rio Pardo, configurando-se como um polo urbano intermediário com elevada capacidade de articulação regional. O município exerce centralidade econômica, administrativa e simbólica sobre os demais territórios da região, especialmente em razão da histórica presença da agroindústria fumageira, da diversificação do setor de serviços e da concentração de instituições de ensino superior. Essa centralidade confere ao município um papel relevante nos processos de desenvolvimento regional, tornando-o um espaço privilegiado para a análise das relações entre política local, planejamento público e disputas simbólicas.

Nesse contexto, as eleições municipais assumem relevância ampliada, uma vez que os projetos políticos apresentados extrapolam o âmbito estritamente local e mobilizam narrativas de liderança regional, modernização administrativa e condução do desenvolvimento territorial. As disputas eleitorais em Santa Cruz do Sul tendem, assim, a refletir não apenas interesses imediatos da gestão municipal, mas também

visões mais amplas sobre o papel do município na hierarquia regional e sobre os rumos do desenvolvimento econômico e social.

A estrutura política e institucional do município é marcada por uma tradição de alternância limitada entre grupos no poder, com forte presença de elites políticas e econômicas locais. O Poder Executivo, a Câmara de Vereadores e os partidos políticos desempenham papel central na definição da agenda pública, frequentemente em articulação com setores empresariais, entidades representativas e meios de comunicação locais. Essa configuração institucional influencia diretamente a formulação dos planos de governo, que tendem a expressar tanto compromissos programáticos quanto os limites impostos pelas correlações de força existentes no campo político local.

A análise dos planos de governo, nesse sentido, permite identificar continuidades, rupturas e reconfigurações nas estratégias de legitimação adotadas pelos diferentes grupos políticos ao longo dos pleitos eleitorais. No recorte temporal contemplado por esta pesquisa, o comando do Poder Executivo municipal passou por duas gestões distintas, correspondentes às eleições de 2020 e de 2024, o que confere relevância adicional à análise comparativa dos planos apresentados nesses pleitos.

A delimitação temporal desta pesquisa, ao privilegiar candidatos a partir das eleições de 2020, fundamenta-se em uma mudança institucional relevante no processo eleitoral brasileiro. A obrigatoriedade da apresentação formal de planos de governo foi estabelecida pela Lei n.º 12.034/2009, que alterou a Lei das Eleições (Lei n.º 9.504/1997), por meio da inclusão do inciso IX no art. 11, §1º. Essa legislação passou a exigir que candidatos ao Poder Executivo apresentem, no momento do registro de candidatura, suas propostas de governo, sendo aplicada pela primeira vez, em âmbito municipal, nas eleições de 2012. A partir desse marco, compreende-se que os ciclos eleitorais subsequentes possibilitaram um processo de amadurecimento na elaboração desses documentos, que passaram a apresentar maior grau de detalhamento, organização e clareza. Assim, ao se concentrar nas eleições de 2020, esta pesquisa parte do entendimento de que os planos de governo já se configuram como instrumentos mais consolidados e formalizados de compromisso político, permitindo uma análise mais consistente sobre sua viabilidade e aplicabilidade. Ademais, a escolha por candidatos de partidos opostos se justifica pela intenção de evidenciar diferentes construções discursivas e estratégicas no campo político,

ampliando a capacidade analítica da pesquisa ao considerar distintas perspectivas ideológicas e programáticas na formulação desses planos.

Nas eleições municipais de 2020, foi eleita prefeita Helena Hermany (PP), que exerceu o mandato no período de 2021 a 2024. Sua gestão ocorreu em um contexto excepcional, fortemente marcado pelos impactos da pandemia de Covid19, que incidiram diretamente sobre a formulação de políticas públicas, a organização dos serviços municipais e as prioridades administrativas. Esse cenário influenciou de maneira significativa os discursos políticos e os compromissos expressos nos planos de governo, nos quais ganharam centralidade temas como saúde pública, proteção social e retomada econômica.

O Rio Vale Jornal, por sua vez, ao entrevistar a prefeita eleita em novembro de 2020, construiu uma narrativa fortemente ancorada em valores como diálogo, trabalho e compromisso social. Na entrevista intitulada “A prefeita que vai cuidar dos santa-cruzenses... diálogo e trabalho”, Hermany enfatizou a articulação entre desenvolvimento econômico e políticas sociais, afirmando que o fortalecimento da economia local estaria diretamente associado à geração de oportunidades de trabalho, à melhoria da qualidade de vida e à elevação da autoestima das famílias, além da intensificação de políticas de qualificação profissional.

Já nas eleições municipais de 2024, a cobertura midiática destacou uma reconfiguração significativa do cenário político local, com a vitória de Sérgio Ivan Moraes (PL). Conforme reportado por veículos de grande abrangência, Moraes foi eleito com 47,13% dos votos válidos, enquanto a então prefeita obteve 33,21%, em uma eleição novamente definida no primeiro turno. Com trajetória política consolidada, incluindo dois mandatos anteriores como prefeito (1997–2004), além de atuações como deputado estadual e federal, Moraes retornou ao Executivo municipal a partir de janeiro de 2025.

Entre os temas recorrentes na campanha de Sérgio Moraes destacou-se a proposta de construção de um estacionamento subterrâneo na Praça Getúlio Vargas, associada à revitalização do espaço urbano e à ampliação das áreas de lazer, pauta que ganhou visibilidade tanto nos programas eleitorais quanto nos debates entre candidatos. Após a eleição, a cobertura jornalística enfatizou discursos ancorados na experiência administrativa, na responsabilidade e na transparência, com o prefeito

eleito destacando o compromisso da nova gestão com as demandas da população e a valorização do diálogo com a comunidade santacruzense.

A alternância entre essas duas gestões permite observar tanto continuidades quanto rupturas nas narrativas políticas e nos projetos de desenvolvimento apresentados à população de Santa Cruz do Sul. À luz da perspectiva bourdieusiana, essa transição evidencia reconfigurações no campo político local, nas quais diferentes agentes buscam legitimar suas propostas por meio da mobilização de capitais simbólicos, estratégias de distinção e discursos sobre competência administrativa, experiência política e compromisso com o desenvolvimento regional. Dessa forma, a análise dos planos de governo associados às eleições de 2020 e 2024 revela-se fundamental para compreender como se estruturam as disputas políticas municipais e como os projetos de poder são simbolicamente construídos, comunicados e apresentados ao eleitorado.

4.1. AS ELEIÇÕES DE 2020 E 2024

Nas eleições de 2020, a disputa ocorreu sob condições excepcionais decorrentes da pandemia de Covid-19. A gestão iniciada em 2021 precisou lidar com alterações de prioridades, pressão sobre serviços e necessidade de adaptação institucional. Esse contexto torna o plano particularmente relevante, pois sua execução foi atravessada por acontecimentos que exigiram revisão de prioridades.

Em 2024, o ambiente político apresentava outra configuração, com maior presença de questões de infraestrutura, mobilidade, gestão urbana, desenvolvimento econômico e avaliação do governo anterior. A vitória de Sérgio Moraes após o mandato iniciado com Helena Hermany permite observar uma reconfiguração do campo político local e diferentes formas de mobilização de experiência, imagem e propostas.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1. A CONSTRUÇÃO COLETIVA DOS PLANOS

Os cinco depoimentos convergem em um ponto decisivo: os planos não foram elaborados por um único agente. A Entrevista 1 descreve a organização de lideranças por setores e a busca de especialistas e segmentos sociais. A Entrevista 2 relata a formação de um grupo de aproximadamente 20 a 30 pessoas, reunindo comércio,

construção civil, instituições de ensino, indústria, associações e profissionais de diferentes áreas. A Entrevista 4 confirma a realização de reuniões abertas em 2024, com participação de cultura, saúde, artistas e comunidade. A Entrevista 5 descreve uma dinâmica de imersão por áreas, com especialistas, entidades, religiosos e representantes comunitários.

A convergência é importante porque desloca a compreensão do plano como produto exclusivamente partidário. Diferentes capitais e conhecimentos entram no processo, mas não são incorporados automaticamente. A Entrevista 2 afirma que, após as apresentações, as ideias eram filtradas; a Entrevista 5 relata que se passava das prioridades apresentadas à seleção das “mais prioritárias”. A participação, portanto, não elimina a seleção política: ela antecede uma etapa de escolha.

5.2. SELEÇÃO, FILTRAGEM E TENSÃO ENTRE VIABILIDADE E PERSUASÃO

A Entrevista 1 identifica sucessivos filtros de viabilidade. Segundo o relato, ideias inicialmente amplas passam por avaliações técnicas e políticas para evitar propostas consideradas inexecutáveis. A Entrevista 2 apresenta processo semelhante: as sugestões eram discutidas coletivamente e posteriormente filtradas.

A Entrevista 5 também enfatiza a busca de um plano “pé no chão”, baseado em conhecimento técnico e nas demandas da comunidade.

A Entrevista 4 acrescenta uma dimensão que tensiona essa perspectiva:

algumas propostas, segundo seu relato, foram incluídas por serem consideradas boas para a comunicação eleitoral. O dado não autoriza afirmar que os planos sejam determinados pelo marketing, mas evidencia que a capacidade de comunicação pode participar da seleção. A triangulação mostra, assim, uma coexistência entre filtros técnicos, políticos e comunicacionais.

5.3. O PLANO COMO DOCUMENTO HÍBRIDO

As entrevistas revelam interpretações diferentes sobre a função do plano, e essa diferença constitui um dos principais achados. Para a Entrevista 1, o documento é mais voltado à gestão, embora algumas ideias sejam utilizadas na campanha. A Entrevista 2 afirma que o plano de 2020 foi posteriormente trabalhado junto ao PPA. Já a Entrevista 3 enfatiza seu caráter formal e a distância entre o registro e a execução.

A Entrevista 4 o apresenta como “contrato com o eleitor”, associando sua função à obtenção de confiança e votos. A Entrevista 5 considera o plano essencial e descreve sua utilização posterior para organizar o trabalho das secretarias e acompanhar resultados. As diferenças não precisam ser resolvidas em favor de uma única definição. Elas sustentam a interpretação do plano como documento híbrido: institucional e programático, mas também comunicacional e simbólico.

5.4. TRAJETÓRIA, CREDIBILIDADE E CAPITAL SIMBÓLICO

A credibilidade aparece nas cinco entrevistas, embora seja explicada de modos diferentes. A Entrevista 1 associa a confiança ao histórico de ações e à persona do candidato. A Entrevista 2 relaciona credibilidade ao trabalho reconhecido pela comunidade e à trajetória acumulada. A Entrevista 3 observa que a imagem pública e as narrativas têm peso superior ao conhecimento integral do plano. A Entrevista 4 descreve a transformação da trajetória e da experiência em atributos comunicacionais. A Entrevista 5 associa credibilidade à vida, à proximidade, ao trabalho comunitário e à capacidade de reunir pessoas com conhecimento.

Essas convergências dialogam diretamente com Bourdieu (1989; 1996). O capital simbólico não é simplesmente uma qualidade individual: depende do reconhecimento social. A trajetória pode ser convertida em argumento político quando passa a significar experiência, capacidade, proximidade ou confiança. O plano contribui para organizar esses atributos em uma narrativa sobre quem está apto a governar.

5.5. MARKETING POLÍTICO E TRANSFORMAÇÃO DO CONTEÚDO EM COMUNICAÇÃO

A triangulação revela maior convergência quanto ao papel da comunicação do que quanto à influência direta do marketing na redação do plano. A Entrevista 4 afirma que profissionais de marketing participaram de reuniões e influenciaram a simplificação das propostas para mensagens curtas, inclusive relatando inserção de propostas por seu potencial publicitário. A Entrevista 2 também confirma a presença de equipe de marketing no grupo de elaboração.

A Entrevista 5 oferece uma nuance importante: na sua percepção, o marketing não determinou o conteúdo do plano, mas exerceu maior influência nos debates e na forma de apresentar determinadas questões. Essa divergência é metodologicamente

relevante. Ela impede uma conclusão simplificadora de que o marketing “controla” o plano. O que os dados sustentam é que a lógica comunicacional participa do processo em diferentes intensidades e momentos.

5.6. CIRCULAÇÃO PÚBLICA: DO DOCUMENTO À NARRATIVA

A Entrevista 3 afirma que o eleitor raramente conhece o plano integral e que seu contato ocorre por falas resumidas, rádio, debates e outros meios. O jornalista relata utilizar os documentos principalmente para formular perguntas e produzir matérias. A Entrevista 4 descreve a adaptação das propostas para diferentes públicos e a utilização de redes sociais e outros meios digitais. A Entrevista 2 também considera o marketing digital decisivo para fazer a candidatura chegar ao eleitor.

A circulação, portanto, funciona como mediação entre documento e reconhecimento. O plano não produz efeitos simbólicos apenas por existir. Ele precisa ser traduzido e colocado em circulação. Essa dinâmica ajuda a compreender por que propostas tecnicamente semelhantes podem adquirir sentidos diferentes conforme a narrativa que as acompanha.

5.7. 2020 E 2024: CONTINUIDADES E MUDANÇAS

A comparação dos depoimentos indica continuidade na presença de temas como saúde, educação, infraestrutura, desenvolvimento econômico, mobilidade e políticas sociais. Também permanece a construção coletiva como referência para a elaboração. Entretanto, os entrevistados identificam mudança na centralidade comunicacional do plano. A Entrevista 4 descreve maior convergência entre plano e narrativa em 2020 e perda de centralidade do conteúdo programático em 2024. A Entrevista 3 também identifica maior peso das narrativas políticas em 2024. A Entrevista 5 confirma que percebeu diferenças marcantes entre as duas campanhas.

A Entrevista 1 acrescenta que os documentos podem manter estruturas semelhantes, enquanto a narrativa muda. O conjunto sugere que a transformação entre os pleitos não está apenas no conteúdo formal dos planos, mas nas condições de sua circulação e apropriação durante a campanha. O contexto político interfere no espaço disponível para o debate programático.

5.8. DA PROMESSA À EXECUÇÃO: CAPACIDADE, CONTEXTO E MONITORAMENTO

As entrevistas apresentam experiências distintas sobre a passagem do plano para a gestão. A Entrevista 2 afirma que grande parte das propostas de 2020 foi incorporada ao PPA de 2021. A Entrevista 5 descreve acompanhamento periódico, com reuniões e indicadores internos. A Entrevista 4 identifica execução de propostas, especialmente na cultura, mas também relata mudanças provocadas pela enchente. A Entrevista 3 enfatiza a distância entre promessa e realização e a ausência de mecanismo permanente de acompanhamento.

A triangulação revela que não existe uma única relação entre plano e execução. Há casos em que o documento é incorporado ao planejamento formal e acompanhado; há mudanças decorrentes de eventos extraordinários; e há propostas cuja verificação é dificultada pela formulação genérica. A capacidade de implementação depende de orçamento, planejamento, coordenação política e condições externas. Por isso, não se deve equiparar automaticamente alteração de proposta a descumprimento.

5.9. DESENVOLVIMENTO MUNICIPAL E REGIONAL

O desenvolvimento aparece nos depoimentos como dimensão transversal. A Entrevista 2 relaciona o plano a infraestrutura, mobilidade, saúde, educação e ações com alcance regional. A Entrevista 4 identifica propostas de desenvolvimento social, econômico e educacional, incluindo habitação, saúde, emprego, renda e inovação. A Entrevista 5 associa desenvolvimento a infraestrutura, crescimento das empresas, emprego, qualificação e capacidade de absorção do crescimento urbano.

Essas falas aproximam-se de Deponti (2014) e Etges (2001; 2005), para quem desenvolvimento regional não se reduz ao crescimento econômico. Os planos expressam representações sobre como o município deve crescer e quais condições territoriais devem acompanhar esse crescimento. A dimensão simbólica aparece também nessa construção de futuro: diferentes candidaturas podem compartilhar temas, mas atribuir-lhes prioridades e sentidos distintos.

5.10. SÍNTESE DA TRIANGULAÇÃO DAS CINCO ENTREVISTAS

A triangulação permite distinguir convergências e divergências sem apagar as posições específicas dos entrevistados. A Entrevista 1 enfatiza organização, filtros de viabilidade e função de gestão; a Entrevista 2 destaca construção coletiva, trajetória, marketing e incorporação ao planejamento; a Entrevista 3 observa circulação, mediação jornalística e distância entre documento e execução; a Entrevista 4 revela mecanismos de simplificação, construção de persona e influência comunicacional na seleção de propostas; e a Entrevista 5 enfatiza participação comunitária, conhecimento técnico, acompanhamento e diferença entre conteúdo do plano e estratégia de campanha.

As cinco perspectivas se encontram em quatro pontos: o plano resulta de seleção; sua construção envolve múltiplos agentes; sua eficácia depende de circulação e reconhecimento; e existe tensão entre promessa eleitoral e capacidade de execução. Divergem, contudo, quanto à intensidade da influência do marketing, ao peso do documento na decisão eleitoral e à extensão de seu uso posterior. Essas diferenças não fragilizam os resultados; ao contrário, demonstram que o significado do plano varia conforme a posição ocupada pelo agente no campo político e comunicacional.

Dimensão	2020	2024	Continuidade	Tensão
Território	Crise sanitária, serviços e infraestrutura	Agenda urbana, mobilidade e desenvolvimento	Problemas locais recorrentes	Escala municipal x regional
Instituições	Múltiplos segmentos na elaboração, segundo entrevista	Demandas organizadas e disputa política	Partidos, entidades e mídia	Participação x seleção
Governança	Escuta e articulação com planejamento, segundo entrevista	Circulação intensa em debates e mídia	Necessidade de coordenação	Participação x acompanhamento
Capacidades	Custo, prazo e viabilidade; restrições fiscais	Grandes propostas exigem viabilidade	Dependência de recursos	Promessa x execução
Fonte: Elaborado pelo autor.				

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise permite responder ao problema de pesquisa deslocando o olhar do plano de governo como documento isolado para o processo social de sua produção e

circulação. As cinco entrevistas mostram que o plano é construído por múltiplos agentes, submetido a filtros e posteriormente transformado em mensagens eleitorais. Sua dimensão simbólica emerge das escolhas realizadas nesse percurso.

O primeiro resultado é a construção coletiva. Os depoimentos do assessor de campanha, do vice-prefeito eleito, do profissional de marketing e da prefeita eleita descrevem diferentes formas de participação de especialistas, entidades, lideranças, profissionais de comunicação e segmentos comunitários. O jornalista, embora não tenha participado da elaboração, acrescenta a perspectiva da circulação e da recepção pública. O plano, portanto, não é produto de uma única voz.

O segundo resultado é a coexistência de critérios técnicos, políticos e comunicacionais. A seleção das propostas envolve avaliação de viabilidade, recursos, prioridades e demandas sociais, mas também considera o potencial de comunicação. A evidência mais direta dessa dimensão aparece na Entrevista 4; a Entrevista 5, contudo, relativiza sua influência sobre o conteúdo e a localiza principalmente nos debates. A triangulação impede reduzir o processo ao marketing, mas confirma que a comunicação participa da construção política do documento.

O terceiro resultado refere-se ao capital simbólico. Trajetória, experiência, proximidade, reconhecimento comunitário e capacidade administrativa aparecem reiteradamente como fontes de credibilidade. O plano organiza esses atributos e pode convertê-los em narrativa de competência e legitimidade. Nesse sentido, a contribuição de Bourdieu (1989; 1996) é central para compreender que a força política das propostas depende também do reconhecimento dos agentes que as apresentam.

O quarto resultado diz respeito à circulação. O plano integral possui alcance limitado junto ao eleitorado, segundo a perspectiva jornalística e os próprios agentes políticos. O conteúdo precisa ser condensado, traduzido e associado a narrativas capazes de circular em debates, rádio, televisão e redes sociais. A passagem documento → circulação → discurso → reconhecimento ajuda a compreender por que o efeito político do plano não está contido em seu texto.

O quinto resultado é a diferença entre 2020 e 2024. Os documentos mantêm temas recorrentes e estruturas relativamente semelhantes, mas sua centralidade na narrativa eleitoral se modifica. Os depoimentos apontam maior espaço para propostas em 2020 e maior peso de narrativas políticas em 2024. O dado não significa

desaparecimento dos planos, mas alteração de sua posição na disputa comunicacional.

O sexto resultado envolve a relação entre promessa e gestão. As entrevistas apresentam situações de incorporação do plano ao PPA, acompanhamento interno, execução de propostas e alterações provocadas por circunstâncias como pandemia e enchentes. Ao mesmo tempo, apontam ausência de mecanismo obrigatório e sistemático de monitoramento. A execução não depende apenas da intenção registrada no documento, mas de capacidade administrativa, recursos, coordenação e contexto.

Quanto ao desenvolvimento municipal e regional, os planos expressam visões sobre infraestrutura, emprego, renda, saúde, educação, cultura, mobilidade e crescimento urbano. A questão regional aparece quando os agentes reconhecem que Santa Cruz do Sul exerce funções que ultrapassam seus limites administrativos. A análise confirma, assim, a pertinência de compreender o desenvolvimento como processo territorial e multidimensional, conforme Deponti (2014) e Etges (2001; 2005).

A principal contribuição do estudo está em demonstrar, empiricamente, que a disputa em torno dos planos ocorre antes, durante e depois de sua publicação. Antes, na seleção das demandas e prioridades; durante, na tradução do conteúdo em narrativas; e depois, na relação entre promessa, planejamento e execução. A formação de agenda, nesse quadro, é apenas uma dimensão auxiliar para compreender escolhas, e não o foco principal da pesquisa.

As limitações decorrem do recorte qualitativo, territorial e temporal e da quantidade de entrevistas. Os cinco participantes ocupam posições relevantes, mas não representam a totalidade dos agentes envolvidos. Pesquisas futuras podem ampliar o conjunto de entrevistados e comparar sistematicamente os planos com PPA, LDO, LOA e indicadores de execução.

Conclui-se que o plano de governo possui natureza híbrida, constituindo simultaneamente documento institucional, instrumento programático, recurso comunicacional e dispositivo de produção de legitimidade. Sua relevância não está apenas no que registra, mas no processo de seleção de demandas, construção de narrativas e legitimação de compromissos que, posteriormente, podem ser confrontados com a capacidade de governar.

Nesse sentido, a pesquisa aponta também para a necessidade de fortalecer mecanismos de acompanhamento e monitoramento da execução dos planos de governo, articulando o controle social à construção e ao acompanhamento de indicadores de resultados e efetividade. Mais do que verificar se as propostas foram ou não executadas, torna-se relevante compreender quais fatores contribuíram para sua implementação, quais obstáculos determinaram sua não execução e de que maneira essas decisões podem ser acompanhadas e avaliadas pela sociedade. É justamente nessa perspectiva que se situa uma das principais contribuições futuras desta pesquisa: avançar na construção de instrumentos que favoreçam o monitoramento público dos compromissos assumidos durante o processo eleitoral, ampliando a transparência, a capacidade de avaliação das políticas públicas e a participação social no acompanhamento do desenvolvimento regional.

ENTREVISTA 5. Entrevista semiestruturada concedida ao pesquisador para fins de pesquisa acadêmica. Santa Cruz do Sul, 1 set. 2026. Não publicada.

ENTREVISTA 4. Entrevista semiestruturada concedida ao pesquisador para fins de pesquisa acadêmica. Santa Cruz do Sul, 6 jul. 2026. Não publicada.

ENTREVISTA 3. Entrevista semiestruturada concedida ao pesquisador para fins de pesquisa acadêmica. Santa Cruz do Sul, 2 jun. 2026. Não publicada.

ENTREVISTA 2. Entrevista semiestruturada concedida ao pesquisador para fins de pesquisa acadêmica. Santa Cruz do Sul, 26 maio 2026. Não publicada.

ENTREVISTA 1. Entrevista semiestruturada concedida ao pesquisador para fins de pesquisa acadêmica. Santa Cruz do Sul, 30 abr. 2026. Não publicada.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1982.

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas linguísticas: o que falar quer dizer. 2. ed. São Paulo: Edusp, 1996

BOURDIEU, Pierre. A dimensão simbólica da dominação. Campinas: Papirus, 1999.

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BOURDIEU, Pierre. Razões práticas: sobre a teoria da ação. Campinas: Papirus, 1996.

BRASIL. Lei nº 12.034, de 29 de setembro de 2009. Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições). Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 30 set. 2009. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato20072010/2009/lei/l12034.htm. Acesso em: 26 mar. 2026.

DEPONTI, Cidonea Machado. Desenvolvimento regional e sustentabilidade: uma abordagem a partir da economia solidária. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2014.

ETGES, Virginia Elisabeta. Região: um conceito em questão. In: SPOSITO, Eliseu Savério (Org.). Glossário de geografia regional. São Paulo: Hucitec, 2001. p. 93-107.

ETGES, Virginia Elisabeta. Desenvolvimento regional sustentável: desafios e perspectivas. Revista Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos, Porto Alegre, v. 7, n. 2, p. 41-55, 2005.

G1 RIO GRANDE DO SUL. Sérgio Moraes (PL) é eleito prefeito de Santa Cruz do Sul. Porto Alegre, 6 out. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-dosul/eleicoes/2024/noticia/2024/10/06/sergio-moraes-pl-e-eleito-prefeito-de-santacruz-do-sul.ghtml>. Acesso em: 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo Demográfico 2022: resultados gerais. Rio de Janeiro: IBGE, 2023. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Estimativas da população residente para os municípios brasileiros. Rio de Janeiro: IBGE, 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 2025.

KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

KOTLER, Philip; KOTLER, Nancy. Marketing de governo: estratégias para aumentar a eficácia e reduzir os riscos. São Paulo: Atlas, 1999.

PARTIDO PROGRESSISTA (PP). Manifesto. Disponível em: <https://progressistas.org.br/manifesto/#conteudo>. Acesso em: 1 abr. 2026.

PARTIDO LIBERAL (PL). História e manifesto. Disponível em: <https://partidoliberal.org.br/historia-do-pl/#>. Acesso em: 1 abr. 2026.

PORTAL GAZ. Gazeta do Sul. Santa Cruz do Sul: Gazeta do Sul, 2020. Disponível em: <https://www.gaz.com.br/>. Acesso em: 2025.

PORTAL ARAUTO. Diplomação oficializa Sérgio Moraes como prefeito de Santa Cruz do Sul a partir de 2025. Santa Cruz do Sul, 18 dez. 2024. Disponível em: <https://portalarauto.com.br/18-12-2024/diplomacao-oficializa-sergiomoraes-como-prefeito-de-santa-cruz-a-partir-de-2025>. Acesso em: 2025.

REVISÃO de planos diretores no neoliberalismo avançado: o caso de Porto Alegre/RS. Cadernos Metrôpole, São Paulo, 2024. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/cm/a/TbDf3y4kWTd4NnGJJhj6Q9P/?format=html&lang=pt>.
Acesso em: 2025.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. Pierre Bourdieu: a teoria na prática. RAP, Revista de Administração Pública, Rio de Janeiro, v. 40, n. 1, p. 27-55, jan./fev. 2006.

RIO VALE JORNAL. A prefeita que vai cuidar dos santa-cruzenses... diálogo e trabalho. Santa Cruz do Sul, 20 nov. 2020. Disponível em:
<https://www.riovalejornal.com.br/a-prefeita-que-vai-cuidar-dos-santa-cruzenses/>.
Acesso em: 2025.

UOL. Helena Hermany (PP) é eleita prefeita de Santa Cruz do Sul (RS). São Paulo, 15 nov. 2020. Disponível em:
<https://www.uol.com.br/eleicoes/2020/resultados/>. Acesso em: 2025.