



A OPINIÃO PÚBLICA E A IMAGEM PÚBLICA: O RECUO DO GOVERNADOR EDUARDO LEITE NO CASO DO IPVA/2020

Tais Righi dos Santos, discente de Relações Públicas, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

Carmen Regina Abreu Gonçalves, docente, Universidade Federal do Pampa

taissantos.aluno@unipampa.edu.br

No dia 04 de novembro de 2019 o governo do Rio Grande do Sul, através do Secretário da Fazenda Marco Aurelio Cardoso, anunciou alterações no calendário de pagamento do Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores (IPVA) do ano de 2020, para quitação única. Decisão tomada de forma contrária ao que era de praxe, pois em anos anteriores, o pagamento desse imposto podia ser parcelado, assim possibilitando aos condutores optar pela melhor forma de pagá-lo. Primeiro o governo estadual anunciou que o pagamento do IPVA seria em parcela única, para o mês de janeiro de 2020. Após a ação repercutir negativamente o governo recuou e retomou a possibilidade de parcelamento do pagamento do imposto. Foi a partir dessa situação que analisamos o posicionamento do governador do Rio Grande do Sul, Eduardo Leite, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), e da sua gestão, em relação a este caso. Foi realizada a análise nos dias 04 e 05 de novembro, sendo o primeiro, o dia do anúncio do fim do parcelamento e o segundo, o dia do recuo sobre a decisão tomada. Este estudo teve como objetivos: a) identificar quais foram possíveis fatores que fizeram o governador recuar da sua decisão inicial; e b) analisar a comunicação governamental no caso do IPVA 2020. Para buscar identificar o recuo na proposta de alterações no IPVA, primeiro realizamos uma pesquisa bibliográfica sobre os temas Opinião Pública, Imagem Pública e Comunicação Política. Também fizemos um levantamento em sites que anunciaram as decisões do Governo de Estado. Assim, foi possível observar que a tomada de decisão do governo, sofreu uma pressão tanto por atores políticos, especialmente dos opositores, quanto pela sociedade, repercutindo negativamente. Identificamos que comunicação do governo de Eduardo Leite (PSDB) é centralizada

nele. Tudo o que é repassado para os meios de comunicação vem diretamente dele, as propostas e decisões sempre vinculados a ele. E neste caso do IPVA, não foi diferente. Apesar do anúncio ter sido repassado pelo secretário da Fazenda, o caso do IPVA foi atrelado automaticamente a imagem do governador. A comunicação política do governo tem como foco Eduardo Leite. A visibilidade, no contexto da midiaticização da política, é necessária, mas também remete a busca por uma “boa” imagem pública, onde os atores políticos estão sempre almejando serem vistos como capazes e legítimos de exercer a função pública. Concluímos que foi possível identificar que o governador recuou da sua decisão de mudança do IPVA, principalmente, pela pressão sofrida e repercussão negativa, junto à opinião pública.

Agradecimentos: agradeço a instituição que fomenta este trabalho: UNIPAMPA

Palavras-chave: Opinião Pública; Imagem Pública; Comunicação Política.