

UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE MESTRADO EM COMUNICAÇÃO

VALÉRIA DE CAMARGO AMORIS

O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NO PROCESSO DE
TRANSIÇÃO DE GESTÃO NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

São Caetano do Sul
2012

FICHA CATALOGRÁFICA

AMORIS, Valéria de Camargo

O papel da comunicação no processo de transição de gestão na administração pública / Valéria de Camargo Amoris. São Caetano do Sul, USCS /Programa de Mestrado em Comunicação, 2012.

180 p.

Orientador: Prof. Dr. Arquimedes Pessoni

Dissertação (Mestrado) Comunicação - Área de concentração: Comunicação, Inovação e Comunidades, 2012.

1. Inovação na comunicação 2. Assessoria de Imprensa 3. Comunicação Política. 4. Jornalismo
I. Pessoni, Arquimedes II. Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Programa de Mestrado em Comunicação. III. Título

VALÉRIA DE CAMARGO AMORIS

O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NO PROCESSO DE
TRANSIÇÃO DE GESTÃO NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA¹

Dissertação apresentada ao Programa de
Mestrado em Comunicação da Universidade
Municipal de São Caetano do Sul como
requisito parcial para a obtenção do título de
Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Arquimedes Pessoni

São Caetano do Sul
2012

¹ Projeto auxiliado por bolsa de estudo concedida pela CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior.

UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL

Campus II - R. Santo Antônio, 50 – Centro - São Caetano do Sul (SP)

Reitor:

Prof. Dr. Silvio Augusto Minciotti

Pró-Reitor de Pós-graduação e Pesquisa:

Prof. Dr. Eduardo de Camargo Oliva

Gestor do Programa de Mestrado em Comunicação:

Prof. Dr. Gino Giacomini Filho

Dissertação defendida e aprovada em 25 de Junho de 2012 pela Banca
examinadora constituída pelos professores:

Prof. Dr. Arquimedes Pessoni
Presidente – Orientador – USCS

Prof. Dra. Priscila Perazzo
Convidada Interna – USCS

Prof. Dr. Wilson da Costa Bueno
Convidado Externo – UMESP

DEDICATÓRIA

*Dedico esta conquista a meu amado Beni
- de quem tenho o privilégio de ser mãe –
sempre presente nos momentos de alegrias e de inquietações.
Aos meus queridos pais, por tudo que sou hoje.
A meu irmão Danilo e minha cunhada Izabela,
por me incentivarem na busca de novos ideais.
A meu eterno Nê que fez meu mundo ser muito mais colorido.
E ao Arquimedes que é o “milagre em pessoa”.*

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, pelas oportunidades oferecidas em minha vida. E, aos Anjos, por iluminarem todos os meus caminhos.

Pelo apoio e auxílio, agradeço a CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, que por meio do financiamento do projeto viabilizou as pesquisas realizadas no âmbito desta dissertação.

À minha mãe, Marta, a quem recorri quando os mares por onde naveguei se apresentaram perigosos. A meu pai, João, que com sua força de superar as adversidades imprevisíveis, revelou-se um vencedor de todas as batalhas da vida e um exemplo que procurei seguir em todos os momentos. Serei eternamente grata pela atenção, cuidado, carinho e mimos que proporcionaram ao nosso, pequeno e tão amado, Beni para que ele não sentisse a dor e a saudade causada pela minha ausência nesse momento de maior concentração da redação. Obrigada pela compreensão e por terem me ensinado que o conhecimento tem um valor inestimável - são meu porto seguro.

Ao meu filho Beni que, com seus olhinhos doces, faz-me sentir plena e dá a minha vida um significado maior.

A meu irmão Danilo, que tem um jeito ímpar de amar e minha cunhada, Izabela, pelo amparo em todos os momentos que necessitei.

Ao Nê, a quem divido o mérito dessa conquista. Você foi meu Norte, mostrou-me o caminho, alimentou uma vaga idéia, transformando-a num objeto de estudo mais que inovador – inédito! Seu conhecimento e opinião sobre política, sociologia e antropologia estão presentes neste projeto. Obrigada pela força e participação direta no desenvolvimento desse estudo.

Carinhosamente, agradeço ao Prof. Dr. Arquimedes que foi mais que um orientador, foi um Anjo, que caiu do céu. De coração, obrigada por tudo; principalmente, pela paciência e compreensão do último ano. Você é uma benção, um ser iluminado com um coração gigante! Com todo respeito, posso afirmar que é um presentão embrulhado em papel colorido, que me foi entregue por Deus para tornar a vida mais doce num

momento turbulento e cheio de surpresas que nem eu esperava. Ajudou-me a transformar o difícil em fácil! Conquistou meu respeito, total confiança e admiração. Obrigada em compartilhar seu conhecimento, experiência, ideologias, além das valiosas críticas e sugestões que nortearam este projeto. Que Deus continue iluminando seu caminho, por todo o sempre!

A toda família por ter me aturado nessa longa jornada, apesar da minha permanente ausência em razão da dissertação. Sem essa energia e paciência seria impossível concretizar esse sonho. Garanto que, às vezes, com um simples sorriso, um olhar caloroso, vocês contribuíram muito para essa travessia.

Às mulheres da minha vida, Lú, Elizandra, Néia, Julica e Marga, que me ouviram chorar e usaram minhas lágrimas como bálsamo para que eu continuasse. A Marga que, por encontrar-se tão longe, em Paris, se fez tão presente. A Elizandra que, com seus telefonemas a qualquer hora, não permitiu que eu me sentisse sozinha. Em especial, a Lú, que se fez presente em muitas noites de insônia e madrugadas adentro no período que mais precisei – durante a gravidez – o momento que mais me senti frágil. Vocês são as irmãs que não tive.

A minha querida Sophia por compartilhar os momentos de angústias e alegrias. Obrigada pelo carinho diário.

Ao casal amigo Nenê e Gentil, que sempre estiveram à disposição pra me receber, com muito carinho e palavras incentivadoras.

Ao meu eterno Mestre, Flávio Falciano e ao Prof. Dr. Wilson Bueno que, em maio de 2009, abraçaram minha idéia, sem pestanejar. Voluntariamente, me orientaram, ajudaram-me a por no papel, torná-la palpável e mais próxima da realidade.

A Prof. Dra. Priscila Perazzo, que desde o 1º semestre me encantou com seu modo de ser e se fez conselheira e amiga, tanto na busca pela bolsa de estudos, quanto nos momentos de incentivo e apoio nas horas em que mais precisei.

A Prof. Dra. Mônica Caprino, que foi uma importante incentivadora para esta conquista.

A todos os professores do Programa de Mestrado que se fizeram tão presentes e participativos tanto em sala de aula, quanto nos Seminários de Pesquisa, ou até mesmo nos corredores da USCS. Sempre atenciosos e dispostos a ajudar. Vocês foram fundamentais para a concretização deste sonho!

Aos colegas de sala pelos momentos descontraídos, pelas discussões acerca de tantas fundamentações teóricas e desejos compartilhados. Muitos de vocês estão inseridos nas opiniões expostas nessa dissertação. Em especial, a Elci – querida conselheira e uma grande ouvinte e a Amanda – que me apresentou o “mágico e encantador mundo da docência”. Sentirei saudades!

Por fim, aos funcionários da Secretaria, Biblioteca e demais departamentos da USCS, pela habitual atenção e presteza.

“...à moda de Machado, tenho para mim que há dois grupos de verdades não ditas: aquelas que jamais serão conhecidas e aquelas que não existem anteriormente à ação que as cria. Somente a ingenuidade mais ilimitada ou delirante presunção podem conduzir à crença de que tudo o que há para ser conhecido é com efeito conhecido pelo contato imediato entre os sentidos e as coisas.

A subserviência ao bailado das sombras do dia a dia dá origem ao dogmatismo típico da classe média alienada, no instante mesmo em que se julga senhora privilegiada da verdade e toma equivocadamente informação por conhecimento.

A ser correto o princípio de que a ordem de conhecer é inversa à ordem do acontecer, nunca se está tão longe das verdades que se dizem quando se está apenas na posse da informação.

Se a história humana é fonte de importantes ensinamentos, um deles por certo será o de que a relativa apropriação intelectual do mundo se faz mediante especulação. Só conhece quem especula, e quem especula, sabe que a verdade é um ponto de fuga. Por isso existirão verdades que ninguém dirá”.

SANTOS, Wanderley Guilherme dos. *A Ordem Burguesa e Liberalismo Político*. São Paulo: Duas Cidades, 1978.

RESUMO

O trabalho analisa as estratégias da assessoria de imprensa da administração local – no âmbito municipal – com a verificação da atuação da assessoria de imprensa no processo transitório de governo municipal após a troca de equipes de dois partidos políticos diferentes. O objeto estudado foi a ocasião em que o governo do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) sucedeu à gestão de 12 anos de governo do Partido dos Trabalhadores (PT), na cidade de Santo André (SP), em 2008/2009. Trata-se de pesquisa explicativa com abordagem qualitativa, por meio da aplicação de uma pesquisa de campo com técnicas de entrevistas semiestruturadas. A pesquisa identificou que não há lei que regularize esse período transitório, e as informações trocadas nesse processo ocorrem por meio de um “acordo de cavalheiros”. Cria-se uma expectativa por mudanças profissionais, o que não aconteceu, e funcionários da prefeitura pontuam que não houve preparação para o processo de transição. A pesquisa também constatou que a administração pública não tem memória de comunicação, pois quem sai “apaga” o que fez para prejudicar quem entra ou para não dar munção a eventuais problemas e/ou processos; além disso, há falhas nas estratégias de comunicação em relação aos públicos interno e externo em todo o período estudado. Por fim, concluímos que a comunicação tem papel fundamental no processo de transição de gestão na administração pública porque ela é o elo entre a administração e a sociedade.

Palavras-chave: Comunicação; Inovação; Assessoria de Imprensa; Comunicação Política; Santo André.

ABSTRACT

The paper analyzes the strategies of local Government Press Office – at municipal level – with the verification of the performance of the press in the transitional process of municipal government after an exchange of teams of two different political parties. The object studied was the occasion on which the Government of the Brazilian Labour Party (PTB) succeeded to the management of 12 years of Government of the Party dos Trabalhadores (PT), in the city of Santo André (SP), 2008/2009. It is explanatory research with qualitative approach, by applying a field research with semi-structured interviewing techniques. The survey identified that there is no law that settles this transitional period, and the information exchanged in the process occur by means of a "gentlemen's agreement". Create an expectation for professional changes, what did not happen, and City Hall employees punctuate that there was no preparation for the transition process. The survey also found that the public administration has no memory of communication, because who goes "off" what made to harm those who enter or not to give ammunition to any problems e/ou processes; In addition, there are failures in communication strategies in relation to internal and external audiences throughout the period studied. Finally, we conclude that the communication has a fundamental role in the process of transition of management in public administration because it is the link between the Administration and the society.

Keywords: communication, Innovation, media relations, political communication, Santo André.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO

1.1 Origem do Estudo	15
1.2 Problematização	17
1.3 Objetivos;	18
1.4 Justificativa do Estudo	18
1.5 Delimitação do Estudo	20
1.6 Vínculo à Linha de Pesquisa	21
1.7 Metodologia	22
1.8 Estrutura da Dissertação	26

1º CAPÍTULO

COMUNICAÇÃO PÚBLICA: PERFIL E CARACTERÍSTICAS 28

1.1 O surgimento da Assessoria de Imprensa	28
1.1.1 Profissionalização ou amadorismo	
30	
1.2 Comunicação Pública	34
1.3 O papel da comunicação	39
1.3.1 Avaliando o perfil e as características da comunicação	41
1.4 Processos eleitorais: ferramentas e usos	43

2º CAPÍTULO

SANTO ANDRÉ: HISTÓRICO E TRAJETÓRIA POLÍTICA 50

2.1 História	50
2.2 O surgimento do ABC Paulista	51
2.3 O progresso do Grande ABC	53
2.4 Comunidade e o fortalecimento de identidades	56
2.5 O berço da indústria automobilística no Brasil	58
2.6 Trajetória política da administração municipal	58
2.7 Santo André em 1947 elege prefeito comunista (PCB)	60
2.8 A organização do PTB	62
2.9 O fim do comunismo	63
2.10 Nasce o PT	64
2.11 Os prefeitos	65

2.12 PTB e PT com seus mandatos consecutivos	68
2.13 Consciência política e cidadania	71

3º CAPÍTULO

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DA COMUNICAÇÃO NA TROCA DE DIRIGENTES MUNICIPAIS **75**

3.1 A atuação da assessoria de comunicação no processo transitório	75
3.2 A pesquisa	78
3.2.1 Os entrevistados	79
3.3 As faces da democracia	80
3.3.1 Questionados sobre a vitória do PTB	80
3.3.1.2 Análises do PT sobre Santo André	84
3.3.1.3 O processo de transição	103
3.3.1.4 Produtos comunicacionais	118

4º CAPÍTULO

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO E AS DIVERGÊNCIAS POLÍTICAS **120**

4.1 Um outro olhar possível	120
4.2 Represália e falta de plano de governo	125
4.3 Preferências comunicacionais	130
4.4 A imagem é a leitura da identidade política	133
4.5 Administração pública não tem memória	136
4.6 Nova gestão, velha comunicação	138
4.7 Blindagem como estratégia comunicacional	141
4.8 O desafio da assessoria de comunicação	144

CONSIDERAÇÕES FINAIS **147**

REFERÊNCIAS **155**

ANEXO **162**

ANEXO 01 – Relatório do Seminário Interno do PT de Santo André (2011)

INTRODUÇÃO

1. Origem do Estudo

A partir de uma perspectiva crítica, é possível visualizar a comunicação sob múltiplos fatores: sociais, econômicos, políticos e culturais; buscando, assim, compreender as transformações comunicacionais que norteiam a sociedade contemporânea e permitindo também considerar as influências exercidas sobre a elaboração normativa do sistema político e ideológico dominante na sociedade, visto que há uma reconstrução constante da ciência a partir da movimentação histórica dessa sociedade e de um espaço onde o oculto é capaz de aparecer e assumir sua existência.

Justamente a partir dessa perspectiva, entendemos que a comunicação sempre foi importante para todos os setores, principalmente para a área pública. Um dos pontos que vem chamando a atenção é o modo como a comunicação impacta nos governos municipais, estaduais e federais. Essa mudança se deu, em grande parte, com a implantação da democracia. Na realidade, a liberdade de expressão, o direito de interagir com a esfera pública, o conhecimento sobre as ações dos governos foram aumentando em virtude da atual concepção que adquirimos diante do novo modelo de sociedade que vivenciamos.

Nessa nova era que norteia a informação, que nos chega em uma velocidade imensurável, o processo de se comunicar tornou-se tão valioso quanto o ar que respiramos. Em meio a tantas mudanças, a comunicação conquistou espaço, importância e inúmeros entendimentos e funções. Assim, voltamos nossa atenção às estratégias da assessoria de imprensa da administração local – prefeitura.

No primeiro capítulo, **COMUNICAÇÃO PÚBLICA: PERFIL E CARACTERÍSTICAS**, procuramos entender a influência dessa comunicação na sociedade. Nesse contexto, trabalhamos temas como: o surgimento da assessoria de imprensa, a profissionalização, o papel da comunicação, as características da comunicação, os processos eleitorais: ferramentas e usos.

No segundo capítulo, **SANTO ANDRÉ: HISTÓRICO E TRAJETÓRIA POLÍTICA**, propomo-nos a perceber o papel da comunicação nas eleições municipais da Prefeitura de Santo André, em 2008/2009, na ocasião em que um governo do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) sucedeu à gestão de 12 anos de governo do Partido dos Trabalhadores (PT). Esse momento é considerado, por nós, um marco histórico, visto que o legado petista, que já durava mais de uma década na cidade, havia chegado ao final.

A partir desse acontecimento, optamos por verificar como se deu a atuação da assessoria de imprensa (ou assessoria de comunicação²) no processo transitório do governo municipal, após a troca de equipes de dois partidos políticos diferentes, no âmbito do gerenciamento do processo de comunicação.

Do ponto de vista epistemológico, defrontamo-nos com uma realidade um tanto curiosa, já que, desde 1983 até hoje (2012), Santo André foi administrada, praticamente, por apenas dois partidos políticos: pelo PTB, com Newton Brandão, e atualmente com Aidan Ravin, e pelo PT, com Celso Daniel e, depois de sua morte, com João Avamileno. Vale ressaltar que, além dos primórdios da década de 80, Newton Brandão também foi prefeito de 1969 a 1973.

Santo André é uma cidade brasileira localizada na Região Metropolitana de São Paulo, integrando um grupo de municípios conhecidos como os da Região do Grande ABC. Sua população estimada em 2009 foi de 673.396 habitantes³ e a cidade ocupa uma área de 175 km², o que resulta em uma densidade demográfica de 3.816,52 hab/km².

Apresentamos, então, a história de Santo André, que enfrentou momentos difíceis, com uma sucessão de episódios de começos e recomeços, e revelamos a trajetória política dos últimos anos, frisando fatos marcantes da política no ABC, como: o surgimento do ABC Paulista, a comunidade e o fortalecimento de identidades e o berço da indústria automobilística no Brasil.

No terceiro capítulo, **A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DA COMUNICAÇÃO NA TROCA DE DIRIGENTES MUNICIPAIS**, apresentamos a importância da comunicação e seu papel em relação à administração municipal, além de traçarmos um panorama que mostra o papel do cidadão para a solidificação da democracia, a comunicação pública que fortalece questões como cidadania, a dimensão da esfera pública quanto à regionalidade, a comunidade e os interesses públicos e individuais. Para tal, analisamos a vitória do PTB e a gestão do PT em Santo André; e perguntamo-nos e perguntamos às pessoas como foi esse processo de transição.

No quarto capítulo, **ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO E AS DIVERGÊNCIAS POLÍTICAS**, apuramos represália envolvendo a imprensa e falta de plano de governo; e questionamos as preferências comunicacionais utilizadas. Também verificaremos questões como imagem eleitoral; gerenciamento de crise durante o segundo turno; e a importância e o desafio do assessor de imprensa da máquina pública.

² Tomaremos em nosso estudo assessoria de imprensa e assessoria de comunicação como sinônimos.

³ Estimativas de População. Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 14/8/2009.

Por fim, nossas considerações, ainda, chegam a respostas que vão de encontro às funções da comunicação política municipal, que deveriam visar ações voltadas para atender à sociedade. Dentre tantas evidências identificadas ao longo da pesquisa, apontamos: não há lei que regularize o período transitório e as informações trocadas nesse processo ocorrem por meio de um “acordo de cavalheiros” — cria-se uma expectativa por mudanças profissionais, o que não acontece, e funcionários da Prefeitura pontuam que não há uma preparação para esse processo de transição. A pesquisa também constata que a administração pública não tem “memória de comunicação”, pois quem sai “apaga” o que fez para “prejudicar” quem entra ou não dar munção para eventuais problemas e/ou processos; além disso, há falhas nas estratégias de comunicação com relação aos públicos interno e externo em todo o período estudado. Concluimos, por fim, que a comunicação tem papel fundamental no processo de transição de gestão na administração pública porque ela é o elo entre a administração e a sociedade.

Para chegar a esses resultados, realizamos um levantamento bibliográfico e uma pesquisa explicativa visando identificar textos teóricos que apresentassem fundamentos e conceitos que nos auxiliassem a entender como se dá um processo transitório de gestão municipal. Perante essa ação, percebemos que não há estudos sobre o assunto. Logo, vale ressaltar que, por algumas vezes, encontramos-nos em circunstâncias críticas pela ausência de referencial teórico para sustentar a ideia principal do projeto.

Constatando essa carência, decidimos utilizar textos de autores que atuam na área de comunicação política com o intuito de tornar legítimo nosso objeto de estudo e a fim de que possa vir a tornar-se uma referência bibliográfica para futuros novos estudos nessa linha de pesquisa.

Vale ressaltar que esse percurso de descobertas só foi possível graças ao apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) que, ao financiar o projeto, viabilizou as pesquisas realizadas no âmbito dessa Dissertação.

1.2. Problema

Como se dá o trabalho da assessoria de comunicação no processo transitório de governo de dois partidos diferentes, no âmbito do gerenciamento do processo de comunicação?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo Geral

Verificar como se deu o trabalho da assessoria de imprensa no processo transitório de governo de dois partidos diferentes na cidade de Santo André.

1.3.2. Objetivos específicos

- Verificar se há uma prática de boa governança entre os assessores de imprensa concursados (funcionários públicos) e os comissionados nesse processo transitório;
- Observar a atuação da assessoria de imprensa em relação ao trabalho desenvolvido pela nova administração no que diz respeito à divulgação de informação de prestação de contas públicas;
- Analisar a importância e o desafio da atuação do assessor de imprensa na administração pública.

1.4. Justificativa do Estudo

Percebe-se que no Brasil, apesar da prática da assessoria de imprensa voltada a órgãos públicos ser muito comum, ainda é uma área jornalística que não encontrou uma tradução definitiva nem compreensão correta do que esse trabalho representa em relação a sua função, à área de cobertura e ao campo profissional.

Gaudêncio Torquato pontua que na administração pública a mentalidade é muito arcaica. Parcela significativa dos funcionários públicos do Brasil pensa de maneira ortodoxa e considera suas repartições um baú velho e seu trabalho, uma obrigação. Estão ali, mas adormecem mental e psicologicamente no serviço, como se fossem extensões das máquinas. “[...] o desafio da comunicação na instituição pública é aproximar seus serviços da sociedade. Ocorre que a comunicação sozinha não faz milagres. Se o serviço público é ruim, a comunicação não vai consertar a imagem da administração” (2002, p. 83-84).

De acordo com Venício de Lima (2009, p. 93), outro aspecto a ser lembrado é o momento de transição pelo qual passam a política e a comunicação. A transição na política tem sua origem tanto no processo chamado de globalização como na “projeção de um novo credo, centrado no indivíduo aquisitivo, na hipervalorização do mercado e do econômico, no cidadão como consumidor” (Nogueira, 2001). Como consequência, há um deslocamento da política para novos territórios (desterritorialização) e um questionamento dos Estados nacionais *vis-à-vis* às empresas transnacionais e aos organismos internacionais. Vive-se um momento de transição e incertezas com reflexos concretos na atividade política. Já os meios de comunicação – tanto impressos como eletrônicos – não só no Brasil, mas também em todo o mundo, além do avanço

acelerado das novas tecnologias, como a Internet, o surgimento dos blogs e a digitalização da radiodifusão, sofrem um processo de distanciamento crescente com o seu público. “E, neste caso, é difícil não falar em crise de ‘credibilidade’. De qualquer forma, é preciso lembrar sempre: o que está realmente em jogo quando se trata das relações entre comunicação e política é o processo democrático”, declara Lima.

Ainda segundo Lima, as distorções de poder provocadas pelo desequilíbrio histórico entre os sistemas privado, público e estatal (radiodifusão), pela concentração da propriedade – em boa parte provocada pela ausência de normas que impeçam a propriedade cruzada – e a vinculação dos grandes grupos de comunicação com lideranças políticas regionais e locais são alguns dos problemas que impedem a democratização da nossa comunicação. E sem ela não haverá diversidade e pluralidade de informação, vale dizer, opinião pública autônoma e, portanto, democracia plena.

Marcel Cheida (2003, p. 150) antevê que o universo da política é amplo e complexo. Entender a representação política e a necessidade de uma intensa comunicação significa compreender os conteúdos que permitem o diálogo entre político e eleitor. A comunicação é uma ferramenta essencial para que esse poder se configure cada vez mais legítimo, pois permite que as intenções e os atos sejam conhecidos do público, do eleitor, do cidadão; e cabe à assessoria de imprensa perceber e dirigir a comunicação governamental.

A postura da assessoria de imprensa política atuante nas Prefeituras (de modo geral) continua “amadora”, pois, em geral, esses profissionais trabalham as notícias de interesse público, assim como assessoram os prefeitos, como se estivessem representando empresas privadas e seus gestores. Há uma carência de novas técnicas, de ações éticas e de um amadurecimento por parte desses profissionais no campo da produção e difusão das informações de interesse da sociedade e para a sociedade.

Para Marco Eid (2003, p. 3), “em todo trabalho de assessoria de imprensa, em especial no setor público, é imprescindível que se forneça à imprensa informação com conteúdo útil e desejado pelo cidadão, pela sociedade e por segmentos específicos”.

Nelson Costa Fossatti (2006, p. 71) afirma que essas definições observadas sob a ótica da esfera pública possibilitam diferentes abordagens, principalmente sobre os fatores que influenciam o ambiente de tarefa dos municípios.

Fossatti (2006, p. 145), diz:

Torna-se evidente que a esfera pública municipal, na figura dos governantes locais, embora tenha descoberto a importância da comunicação, ainda desconhece a característica multidisciplinar da comunicação para tornar mais eficiente as relações entre o governo e os cidadãos.

Nesse sentido, Torquato (2002, p. 84) questiona que as estruturas de comunicação de governos, em nível federal, estadual e municipal, devem ser personalizadas. Em primeiro lugar, tais estruturas devem possuir profissionais especializados e depois precisam trabalhar com produtos bem delineados nas áreas de comunicação jornalística, editoração, relações públicas, propaganda, pesquisa, articulação com a sociedade, eventos.

É preciso que as estruturas trabalhem com um conceito sistêmico de comunicação, evitando a disparidade de linguagens. Observa-se que o setor de relações públicas às vezes está distanciado da área de imprensa, que, por sua vez, está afastada da editoração e da publicidade, e assim por diante. A estrutura deve ter comando único para preservar a harmonia das linguagens.

1.5. Delimitação do Estudo

Essa pesquisa concentrou-se em analisar o gerenciamento e a operacionalização das diferentes tarefas de uma Assessoria de Imprensa (ou Assessoria de Comunicação) durante a transição de gestão na administração pública, especificamente, na cidade de Santo André, em 2008-2009.

Ao estudarmos as trocas de equipes de dois partidos políticos diferentes, no âmbito do processo de comunicação, procuramos compreender se houve uma nova forma de comunicação interna e externa (no caso, externa refere-se ao contato com a mídia).

Para tanto, tornou-se necessário questionar os profissionais da assessoria de imprensa sobre como foi trabalhada a informação, por essa virtude, foi imprescindível averiguar como aconteceram as mudanças comunicacionais do município andreense. Muitas são as possibilidades comunicacionais na nova sociedade informacional, proposta por Castells (1999), como, por exemplo, vincular as políticas e os planos de ação das organizações, sejam elas públicas ou privadas; porém a harmonia de linguagens mencionada por Torquato (2002, p. 84) precisa ser trabalhada e analisada para que determinadas estratégias venham prospectar cenários, montar diagnósticos, enfim, avaliar novos métodos de atuação de, quem sabe, um novo assessor de imprensa que assiste à nova era.

Com indagações dessa natureza, talvez possamos consolidar definitivamente o papel desse profissional de comunicação, afinal, vivemos em uma sociedade em rede onde tudo muda o tempo todo, e, como citamos logo no início, a assessoria de imprensa no Brasil, apesar de ser uma área, praticamente, jornalística, ainda não encontrou uma tradução definitiva. Na sociedade informacional sugerida por Castells (1999, p. 497-

499), a mídia constitui o grande *reverberador* das crises organizacionais; campo social no qual os interesses tornam-se visíveis na batalha pela conquista do apoio da opinião pública.

Nesse novo modelo de sociedade, a rapidez e a abrangência ilimitadas de difusão da informação eliminaram os intervalos de tempo entre o momento dos acontecimentos e a sua divulgação. O ambiente de difusão das notícias está mudando como “num piscar de olhos”. Para Mamou (1992, p. 13), “a diferença entre o momento em que o acontecimento se produz e o de quando ele é difundido tende a se anular”. Cabe ressaltar, ainda de acordo com Castells, que a própria organização se estrutura em uma lógica de redes, concretizando a economia informacional, pois “fora das redes, a sobrevivência ficará cada vez mais difícil às organizações” (1999, p. 498).

Nesse cenário, discute-se o papel das instituições em um tempo no qual imperam a instantaneidade e a abrangência. Afinal, “nas organizações que se estruturam como redes hiperconectadas internamente e com o ambiente externo, a visão de comunicação tende a mudar de mero instrumento e recurso para ser a essência da organização”, conforme lembra Curvello (2002, p. 134).

O caso é que essas organizações só existem porque uma rede de comunicação viabiliza a construção de sua identidade. Daí a importância de entender a representação política regional, no nosso caso, e de a assessoria de imprensa perceber e dirigir a comunicação governamental de acordo com as transições de gestão.

1.6. Vínculo à Linha de Pesquisa

Esse projeto está vinculado à primeira linha de pesquisa, *Transformações Comunicacionais e Comunidades*, do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS), que analisa as transformações na comunicação em relação às comunidades locais, regionais; poder e política; inovações tecnológicas nos processos sociais da comunicação e transformações das mídias na sociedade. Reunindo também estudos sobre os desdobramentos das novas mídias; memória e imaginário social em novos contextos da comunicação; além das mudanças nas relações entre comunicação, educação e saúde.

O objeto de estudo adequou-se a essa linha porque visa verificar as transformações ocorridas na comunicação de uma organização pública, observando também o conceito de inovação que se faz presente nessa proposta.

A opção pela orientação deveu-se a um projeto que engloba as pesquisas do Grupo de Estudos “Inovação em comunicação organizacional e científica”, coordenado pelo Prof. Dr. Arquimedes Pessoni.

1.7. Metodologia

Optamos pela pesquisa explicativa, com abordagem qualitativa, que se utiliza do trabalho dedutivo, por meio do desenvolvimento de uma pesquisa de campo visando reunir e organizar um conjunto comprobatório de informações. As informações retiradas dessa pesquisa são documentadas, abrangendo qualquer tipo de informação disponível, escrita, oral ou gravada, que se preste para fundamentar o relatório do estudo que será, por sua vez, objeto de análise crítica pelos informantes ou qualquer interessado (Chizzotti, 2003).

Para Triviños (1987, p. 128-130), quando se trata desse tipo de pesquisa, vale salientar que é a que mais aprofunda o conhecimento acerca da realidade. É um tipo de pesquisa em que o objeto de investigação é suficientemente conhecido para que se elaborem hipóteses causais. Nesse tipo de pesquisa, o interesse é explicar a razão, o porquê das coisas. A decisão em relação à estratégia desse tipo de pesquisa implica avaliar as abordagens qualitativas – há uma grande preocupação com a percepção da realidade, a fim de apreender os fatos e fenômenos e não meramente registrá-los ou descrevê-los.

Essencialmente, uma abordagem qualitativa será sempre descritiva, e as descrições nela contidas estão sempre influenciadas pelos significados que o ambiente lhes proporciona, ou seja, são produtos de uma visão subjetiva.

Dessa forma, fundamenta Triviños (1987, p. 143) que a interpretação dos resultados surge como a totalidade de uma especulação que tem como base a percepção de um fenômeno em um contexto.

Segue-se, assim, na feitura da abordagem qualitativa a mesma rota de uma investigação, na qual se escolhe um assunto com toda sua problemática, sendo que a escolha deste não surge espontaneamente, mas deve sempre ser decorrente de interesses e circunstâncias socialmente condicionadas. Assim, essa escolha é fruto de determinada inserção do pesquisador na sociedade e permitirá uma colheita de dados e uma análise das informações recebidas.

O instrumento mais utilizado na feitura da abordagem qualitativa é a entrevista semiestruturada, a qual se configura como “um dos principais meios que tem o investigador para realizar uma colheita de dados” (Triviños, 1987, p. 143).

A entrevista, de um modo geral, é a técnica mais usada nas abordagens qualitativas. Em sentido genérico, pode-se considerar entrevista todo ato de comunicação verbal. Em sentido estrito é considerada a colheita de informações sobre determinado tema (MINAYO, 1994).

Por sua vez, a entrevista semiestruturada, de acordo com Triviños:

[...] parte de questionamentos básicos, fundamentados nas teorias e nas hipóteses que interessam à pesquisa, oferecendo-lhe uma diversidade de interrogativas a partir das respostas dos entrevistados (informantes), ou seja, no momento que o informante, seguindo espontaneamente a sua linha de pensamento, responde os questionamentos feitos pelo investigador, esta resposta poderá gerar uma série de novos questionamentos e, a partir desse momento, o informante passa a participar da elaboração do conteúdo questionado pela pesquisa (1987, p. 146).

Entrevistas, como instrumento metodológico, devem ser caracterizadas pela presença de um roteiro de perguntas ordenadas, mas com respostas livres ou abertas.

Dessa feita, a entrevista semiestruturada é considerada fruto de teoria acumulada sobre toda informação obtida a respeito do fenômeno social, e, assim, é possível perceber que as perguntas fundamentais que constituem esse tipo de entrevista não nascem *a priori*.

Conforme afirma Triviños (1987), os resultados da pesquisa explicativa com abordagem qualitativa, que se desenvolve mediante a entrevista semiestruturada, são melhores, uma vez que nesse tipo de entrevista trabalha-se com diferentes grupos de pessoas, possibilitando um amplo leque de percepções e representações. Ainda de acordo com a metodologia de Triviños, devem ser expostos os objetivos da entrevista, o que se deseja do informante e como ele pode contribuir com a pesquisa. Se assim for feito, permite-se que, naturalmente, o encontro para a realização da entrevista ocorra de uma forma amigável e que o informante possa animar-se com a ideia de discorrer livremente sobre o tema proposto, segundo sua maneira de pensar (1987, p. 149).

Porém, para conseguir a espontaneidade do informante, antes de iniciar a entrevista, o investigador deve se convencer da necessidade de desenvolver, no decorrer das entrevistas, todos os elementos humanos, para permitir um clima de simpatia/empatia e confiança entre ambos — a espontaneidade será, com certeza, uma consequência disso. “São importantes as condições de personalidade do informante e a disposição do cientista para tratá-lo como ser humano, como pessoa” (Triviños, 1987, p. 149).

O começo de uma entrevista frequentemente é marcado por incertezas, tanto por parte do investigador, como por parte do informante, o que particularmente é

considerado natural. “Ocorre geralmente entre todas as pessoas que se encontram pela primeira vez e iniciam um intercâmbio de opiniões, ainda que seja superficial” (Triviños, 1987, p. 149).

A partir do momento que o investigador toma consciência do seu papel, percebe que, ao mesmo tempo em que tem que se ajudar, também deverá apoiar o seu informante, dando-lhe a sensação de utilidade, para que assim possa atingir suas metas, a entrevista passará a discorrer da forma mais natural possível.

Quando se tem alcançado esse nível de simpatia recíproca, de confiança mútua, entre informante e pesquisador, podemos dizer que os dados fornecidos pelo entrevistado são vitais para a pesquisa, porque o informante marca presença também com o verdadeiro interesse, isto é, está participando ativamente no desenrolar da investigação (TRIVIÑOS, 1987, p. 150).

1.7.1. Os entrevistados

Com o intuito de entender como os instrumentos comunicacionais estão sendo percebidos, realizamos nove entrevistas. Essas fontes foram divididas em três categorias:

Secretários de Comunicação da Prefeitura de Santo André:

- Alexssander de Paula Soares, atual secretário de comunicação da Prefeitura de Santo André. Prefeito eleito: Aidan Ravin – PTB (2009/2012).
- Ruth Alexandre de Paulo Mantoan, secretária de comunicação da Prefeitura de Santo André na época em que a cidade foi administrada pelo PT – atuou como secretária apenas no ano de 2008. Ela fez a transição de cargo para Alexssander. Prefeito eleito: João Avamileno – PT (2002/2008).

Funcionários de carreira da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Santo André que participaram do processo transitório:

- Ana Paola M. Zanei Bonilha, repórter I e assessora de imprensa desde o ano 2000.
- Júlio Cesar Tavares Bastos, fotógrafo desde o ano de 1992.
- Célia Sandreschi dos Santos, jornalista e assessora de imprensa desde o ano de 2001.

Mídia local – profissionais envolvidos que cobriram o período da campanha eleitoral municipal de 2008, o processo transitório e, no mínimo, os 100 primeiros dias de mandato do prefeito eleito para o ano de 2009:

- Leandro de Souza Amaral, jornalista da *Rádio ABC* e do jornal *Repórter Diário*.

- Carlos Alberto B. Balladas, jornalista, proprietário do jornal *Ponto Final* e que, atualmente, exerce a função de assessor de imprensa (cargo comissionado) da Câmara dos Vereadores de Santo André.
- Renan Ricardo M. G. B. da Fonseca, ex-repórter de política do Jornal *ABCD Maior*.
- Sérgio Vieira, jornalista e editor-chefe de redação do jornal *Diário do Grande ABC*.

O critério para a escolha dos entrevistados foi o envolvimento no processo transitório da comunicação no período em que nos propomos a estudar. Além disso, os funcionários da Prefeitura de Santo André, tanto os públicos (concurados) quanto os secretários (comissionados), apresentaram atuação importante e, por meio das experiências vivenciadas naquele período, puderam responder aos nossos objetivos.

Quanto aos jornalistas, foram peças-chave no sentido de acrescentarem informações de grande valia em relação aos objetivos que nos propusemos alcançar. Além de nos transmitirem uma visão com base na prática do dia a dia, tanto da campanha eleitoral quanto do processo transitório, passando pelos 100 dias de mandato da nova gestão municipal, eles traçaram um panorama geral sobre suas percepções políticas e partidárias da região; demarcando fatos relevantes que até então fugiam de nosso conhecimento. As informações que nos transmitiram vieram de encontro às reflexões embasadas em fundamentos teóricos e enriqueceram muito nossas considerações finais.

1.7.2. Forma de análise dos resultados

Considerando que os entrevistados possuem conectividade com o assunto abordado por atuarem nessa área de comunicação política, essa pesquisa possui gênero qualitativo, já que a participação dos interlocutores possibilitou uma identificação ampla e eficaz do quadro que determina o trabalho da assessoria de comunicação.

A opção pela pesquisa explicativa surgiu da preocupação em obter esclarecimentos adicionais, troca de informações, contato pessoal; em que pesem as naturais dificuldades que surgem quando se estabelecem conceitos ideológicos, culturais e valores, por se tratar de interlocutores com opiniões distintas.

Com os resultados da pesquisa, poderemos demonstrar como foi o trabalho da assessoria no período pesquisado.

1.8. Estrutura da Dissertação

INTRODUÇÃO

1º CAPÍTULO

COMUNICAÇÃO PÚBLICA: PERFIL E CARACTERÍSTICAS

- 1.2 O surgimento da Assessoria de Imprensa;
- 1.1.1 Profissionalização ou amadorismo;
- 1.4 Comunicação Pública;
- 1.5 O papel da comunicação;
- 1.1.3 Avaliando o perfil e as características da comunicação;
- 1.4 Processos eleitorais: ferramentas e usos.

2º CAPÍTULO

SANTO ANDRÉ: HISTÓRICO E TRAJETÓRIA POLÍTICA

- 2.1 História;
- 2.2 O surgimento do ABC Paulista;
- 2.3 O progresso do Grande ABC;
- 2.4 Comunidade e o fortalecimento de identidades;
- 2.5 O berço da indústria automobilística no Brasil;
- 2.6 Trajetória política da administração municipal;
- 2.7 Santo André em 1947 elege prefeito comunista (PCB);
- 2.8 A organização do PTB;
- 2.9 O fim do comunismo;
- 2.10 Nasce o PT;
- 2.11 Os prefeitos;
- 2.12 PTB e PT com seus mandatos consecutivos;
- 2.13 Consciência política e cidadania.

3º CAPÍTULO

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DA COMUNICAÇÃO NA TROCA DE DIRIGENTES MUNICIPAIS

- 3.1 A atuação da assessoria de comunicação no processo transitório;
- 3.2 A pesquisa;
- 3.2.1 Os entrevistados;
- 3.3 As faces da democracia;
- 3.3.1 Questionados sobre a vitória do PTB;
- 3.3.1.2 Análises do PT sobre Santo André;
- 3.3.1.3 O processo de transição;

3.3.1.4 Produtos comunicacionais.

4º CAPÍTULO

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO E AS DIVERGÊNCIAS POLÍTICAS

4.1 Um outro olhar possível;

4.2 Represália e falta de plano de governo;

4.3 Preferências comunicacionais;

4.4 A imagem é a leitura da identidade política;

4.5 Administração pública não tem memória;

4.6 Nova gestão, velha comunicação;

4.7 Blindagem como estratégia comunicacional;

4.8 O desafio da assessoria de comunicação.

CONSIDERAÇÕES

REFERÊNCIAS

ANEXO

1. ANEXO – Relatório do Seminário Interno do PT de Santo André (2011).

1º CAPÍTULO

COMUNICAÇÃO PÚBLICA: PERFIL E CARACTERÍSTICAS

“Uma nuvem não sabe porque se move em tal direção. Sente um impulso... É para este lugar que devo ir agora. Mas o céu sabe os motivos e desenhos por trás de todas as nuvens, e você também saberá, quando se erguer o suficiente para ver além dos horizontes.”

Richard Bach

1.1 O surgimento da Assessoria de Imprensa

No Brasil, apesar de a prática da Assessoria de Imprensa voltada a órgãos públicos ser muito comum, ainda se trata de uma área jornalística que não encontrou uma tradução definitiva nem uma compreensão correta do que esse trabalho representa como função, área de cobertura e campo profissional. Entretanto, antes de discutirmos esse mérito, pontuaremos a origem e algumas particularidades da Assessoria de Imprensa, visto que é a melhor forma de compreender as condições e circunstâncias do surgimento dessa atividade profissional, em especial no caso brasileiro.

A Assessoria de Imprensa, nos moldes que a conhecemos, nasceu no século passado, originalmente com o objetivo de gerenciar crises em uma grande corporação. O jornalista americano Ivy Ledbetter Lee, que trabalhou na área de economia do *New York Times*, *New Journal* e *New York World*, abandonou o jornalismo e foi “esculpir” na opinião pública uma nova imagem para o empresário John D. Rockefeller, no período da greve da Colorado Fuel and Iron Co, indústria que pertencia a Rockefeller.

De acordo com Jorge Duarte (2006, p. 286), em 1906, o empresário era odiado pela população, foi acusado de ter mandado atirar contra os grevistas, aspirar ao monopólio e mover uma luta sem quartel às pequenas e médias empresas. Sua família, que também comandava a indústria, só saía protegida por guarda-costas. Por essa razão, coube ao profissional de comunicação criar um padrão de trabalho que se tornou a base do que é conhecido hoje como Assessoria de Imprensa. Para “limpar a imagem” do empresário, Ivy Lee elaborou fatos noticiáveis, como a mudança de postura de Rockefeller. Um exemplo disso foi o fato de o empresário ter comparecido livremente para cooperar com as investigações da suposta ordem para atirar nos grevistas, atitude que teve grande destaque nos noticiários. Logo no início de seu trabalho com Rockefeller, Ivy Lee criou uma declaração de princípios em forma de carta aos editores. Esse documento histórico é tido como marco do surgimento da assessoria de imprensa, conforme destaca texto de Jorge Duarte (2006, p. 287):

Este não é um serviço de imprensa secreto. Todo nosso trabalho é feito às claras. Pretendemos fazer a divulgação de notícias. Isto não é agenciamento de anúncios. Se acharem que nosso assunto ficaria melhor na seção comercial, não a use. Nosso assunto é exato. Mais detalhes, sobre qualquer questão, serão dados prontamente. E qualquer diretor de jornal interessado será auxiliado, com o maior prazer, na verificação direta de qualquer declaração de fato. Em resumo, nosso plano é divulgar, prontamente, para o bem das empresas e das instituições públicas, com absoluta franqueza, à imprensa e ao público dos Estados Unidos, informações relativas a assuntos de valor e de interesse para o público.

Duarte (2006, p. 287) afirma que, com Ivy Lee, as organizações e fontes descobrem não apenas a necessidade de informar ao público, mas também a possibilidade de instrumentalizar a imprensa para atingir a opinião pública, tanto com fins políticos como mercadológicos, sistema que seria aperfeiçoado com o passar das décadas. Habermas (1984, p. 226) relaciona a introdução desse processo com uma nova forma de utilização das técnicas publicitárias, surgida da necessidade de os interesses econômico-empresariais agirem em nível político na esfera pública. De qualquer forma, foi um grande avanço no sistema público de informação, com as organizações reconhecendo a necessidade de darem satisfação à sociedade e aceitando a imprensa como interlocutora, mesmo que não confiável, até porque as redações têm mecanismos institucionalizados de filtragem da informação e os jornalistas compreendiam as regras e os riscos do novo jogo (DUARTE, 2006).

Chaparro (2006, p. 38) lembra que Ivy Lee organizou-se para atuar nos processos jornalísticos como fonte de informação e elucidações. Acumulou informações sobre os clientes, suas atividades e sobre os contextos em que atuavam. E não há risco em supor que se tornou um especialista valioso para consultas e pensatas jornalísticas, competência que explica sua longa e bem-sucedida carreira de assessor de comunicação de importantes organizações empresariais.

O trabalho de Lee chamou a atenção de outras grandes corporações e não demorou para a classe política perceber a necessidade de ter um profissional para atuar na formação da imagem.

Duarte (2006, p. 288-289), acrescenta que, por sua original e bem-sucedida atuação, Ivy Lee é considerado por muitos o pai das Relações Públicas, atividade, que, nos Estados Unidos e na maioria dos países, inclui a prática da chamada, no Brasil, assessoria de imprensa. Sua primeira declaração enviada à imprensa transformou-se no *release*, que, no original inglês, pode ser entendido como material informativo distribuído aos jornalistas para servir de pauta, orientação ou ser veiculado completa ou parcialmente, de maneira gratuita.

No Brasil, na primeira metade do século XX, o *release* surgiu como instrumento para divulgar atos, decretos e ações do governo. Durante o Regime Militar, o *release* teve uso disseminado em órgãos públicos, o que criou má fama e preconceitos. A partir da década de 1980, vulgarizou-se no uso e nos objetivos de informar e tornou-se veículo de promoção para fins mercadológicos e de consolidação de imagem pública (DUARTE, 2006).

Como resultado, ainda, encontramos assessores de imprensa que acreditam que a emissão de *releases* é a solução para qualquer problema, e existem organizações e fontes que avaliam a qualidade de suas assessorias pela quantidade de *releases* emitidos e de adjetivos nele incluídos (DUARTE, 2006, p. 289).

1.1.1. Profissionalização ou amadorismo

Profissionais que se utilizam de antigos paradigmas sem comprometimento nem responsabilidade social nos ajudam a refletir sobre o assunto e a concluir que, em grande medida, o mercado não dispõe de quantidade suficiente de profissionais habilitados para as tarefas de comunicação e execução do trabalho requerido. Diante disso, evidenciamos a importância da assessoria de imprensa no contexto e no processo de transição de gestão, em que a organização e a execução do trabalho do assessor é, ainda, realizada de forma amadora e descontinuada no Brasil.

Entre erros, enganos e acertos, existem vertentes que ajudam a refletir sobre a integração da realidade profissional; momento em que nos deparamos com a Ética. Comportamento questionado por Carlos Chagas (2006, p. 211), quando diz que um “jornalista deve cultivar duas lealdades”, uma com a sociedade e a outra com a instituição a qual representa.

A partir dessa análise, compreendem-se conceitos de profissionalização quanto à comunicação abordados por Wilson da Costa Bueno (1989, p. 94), que constata que:

[...] é imprescindível estabelecer limites em relação à postura do jornalista que, muitas vezes, se mostrou promíscua, em boa parte da história, porque na falta de uma posição dentro de uma redação de um jornal, por exemplo, esse profissional assume o papel de assessor de imprensa apesar de não possuir experiência na área, passando uma imagem grotesca da atividade.

Numa linha muito semelhante, Duarte (2006, p. 90) ressalta que, de qualquer modo, o processo de obtenção de credibilidade não foi fácil nem pacífico e dependeu das circunstâncias de cada profissional. Não apenas os jornalistas, mas muitas organizações e dirigentes precisam ser “conscientizados” do papel e das atribuições do assessor, numa árdua conquista de território para implantação de uma cultura de relacionamento. Pois ainda hoje há não somente fontes relutantes em confiar no assessor

de imprensa ou que desconhecem exatamente seu papel e possibilidades de atuação, assim como jornalistas bastante resistentes ao trabalho das assessorias – seja por experiências traumáticas, seja por puro preconceito.

É fácil comprovar que há uma proliferação de assessorias de comunicação, contudo são poucas aquelas que realmente oferecem um trabalho de qualidade. Por um lado, talvez, por questões financeiras, destacamos que o piso salarial⁴ do profissional experiente e qualificado de assessoria de imprensa é maior do que o de um repórter de externa, por exemplo. Por outro lado, não podemos rejeitar o fato de que no Brasil é muito comum a prática de utilizar estagiários de comunicação social, ou recém-formados da universidade para atuarem, justamente, nessa área e, tanto na condição de estágio quanto na de recém-formado, o salário é, habitualmente, inferior ao do piso da categoria. Tal situação não justifica a pouca credibilidade pela ausência de experiência. Entretanto, a presença desses jovens jornalistas atuando na área de assessoria pode vir a mudar o perfil original do assessor brasileiro.

Com esse viés, Duarte (2006, p. 89) relata que, desde o início da década de 1980, a presença de jornalistas foi tão grande que a comunicação institucional tornou-se uma convidativa área de atuação, não apenas para egressos dos veículos, mas até para estudantes e recém-formados. Todavia Duarte (2006, p. 88) lembra que a alternativa ao desemprego fez muitos optarem pelas assessorias devido às condições de trabalho: horário fixo, sem fechamentos, menor estresse e maior salário.

Em contrapartida, Torquato (2002, p. 87) é incisivo quando afirma que “as levas de jornalistas recém-formados, que saem de escolas sem tradição, colaboram para a degradação do mercado de trabalho”.

Antes de abordar a temática, é oportuno esclarecer que neste trabalho adotaremos as designações de Assessoria de Imprensa e Assessoria de Comunicação como sinônimas, ou seja, uma única estrutura organizada, mesmo que alguns autores defendam diferenças entre elas. Seguindo essa linha, Gaudêncio Torquato (2002, p. 81) afirma que a assessoria de imprensa está consolidada como conceito, como atividade e como suporte estratégico:

Nos últimos anos, as assessorias de imprensa – chamadas, ainda, de assessorias de comunicação, designação mais ampla – tiveram um crescimento extraordinário em todo o País. [...] Passamos a ver, nos últimos tempos, incorporações, fusões, enfim, um adensamento de organizações. E quanto mais crescem os negócios, maiores são as organizações e maior é a necessidade de comunicação.

⁴ Os valores dos pisos salariais podem ser encontrados, no caso dos profissionais do Estado de São Paulo, no site do Sindicato dos Jornalistas: <http://www.sjssp.org.br>.

Levamos em consideração que os profissionais precisam trabalhar com produtos bem delineados nas áreas da comunicação jornalística, editoração, relações públicas, propaganda, pesquisa, articulação com a sociedade, eventos. Como entende Torquato (2002, p. 84), a estrutura deve contar com um conceito sistêmico de comunicação, evitando a disparidade de linguagens. A estrutura deve ter comando único para preservar a harmonia das linguagens.

Para Ana Almansa (2010, p. 23-24), a assessoria de comunicação é uma estrutura organizada, subordinada diretamente à alta direção, que coordena e interliga todas as ações de comunicação (internas e externas) para criar, manter ou melhorar a imagem da organização perante todos os públicos. É uma estrutura organizada porque tem estabelecidas formas de atuação e de relação. Assim, é muito importante sua subordinação à alta direção para poder realizar seu trabalho de forma adequada, para ter acesso direto aos órgãos de decisão (já que ela mesma forma parte desses órgãos). Além disso, é na assessoria que se devem coordenar todas as ações de comunicação para que haja coerência entre elas. É essa ampliação de funções que tem marcado a evolução das assessorias. Assim se tem passado de assessoria de imprensa, cuja principal ocupação eram as relações informativas com os meios de comunicação, às atuais assessorias, nas quais a comunicação é contemplada de forma global.

Esse panorama complexo que traçamos ocorre em virtude da transformação dos hábitos da sociedade pela era tecnológica e informacional. Por isso acreditamos que os serviços de um assessor de imprensa não possam restringir-se apenas a fornecer informação aos veículos de comunicação, para que ele consiga manter-se no mercado de trabalho e atender às exigências dessa era digital. O profissional⁵ deve ser também um assessor de comunicação, ou seja, possuir uma visão mais ampla dos serviços de outros profissionais que integram o departamento comunicacional, seja ele de um órgão público ou privado. Além disso, esse novo assessor deve estar antenado ao mundo social, político, econômico, para que possa traçar estratégias, desenvolver metas e, assim, trabalhar na máquina pública consciente de que possui uma importante atuação junto à sociedade.

Para Margarida K. Kunsch (2003), essa ordem que preponderou durante bom tempo começou a perder espaço com a chegada da modernidade:

⁵ Vale ressaltar, que quando adotamos unificar assessoria de imprensa e assessoria de comunicação, em momento algum esquecemos dos profissionais de **Relações Públicas** que também designa a profissão de comunicação. Estes profissionais ofertam uma variedade de funções a serem exercidas para as diversas organizações (sejam elas privadas, públicas ou do terceiro setor), sempre com vistas à manutenção do equilíbrio entre estas e os públicos com os quais interagem. O objetivo do trabalho é o equilíbrio entre a identidade e a imagem de uma organização, focando a imagem institucional e trabalhando a relação com a opinião pública.

A complexidade dos tempos atuais, decorrente do fenômeno da globalização e da revolução tecnológica da informação, exige das organizações um novo posicionamento e uma comunicação estrategicamente planejada. Só assim elas poderão fazer frente aos mercados difíceis e, sobretudo, atender a uma sociedade cada vez mais exigente. (KUNSCH, 2003b, p. 202).

Contudo, quando se fala em legitimação das assessorias de comunicação, Duarte (2006, p. 137) acredita que o desafio continua porque é preciso investir na reflexão e no debate sobre as questões teóricas e práticas que impactam a eficácia organizacional. É preciso, ainda, desenvolver uma nova forma de ver e viabilizar a comunicação integrada. Não mais apenas com estruturas comuns e sob a mesma coordenação, abrigando tão-somente profissionais de comunicação que atuam em processos cada vez mais entrópicos, mas também por meio de políticas, diretrizes, responsabilidades, por meio da descentralização de funções e atividades, por meio da educação para a comunicação. É assim, assumindo seu papel de educador, que o assessor de comunicação e de relacionamento com a mídia estará consolidando o espaço da comunicação como um campo verdadeiramente estratégico.

Nossa pretensão de associar as áreas de Assessoria de Imprensa e Assessoria de Comunicação como sinônimas pode parecer utópica, visto que outros autores discordam dessa ideia e, na prática cotidiana, pouco se percebe essa fusão. Entretanto, essa unificação, também, tem a finalidade de facilitar nosso trabalho quanto à leitura para que não se repita por diversas vezes a expressão assessoria de imprensa e que ela não ganhe apenas a função de informar a mídia, visto que nesse trabalho a atuação do assessor é muito mais ampla, como discutimos anteriormente.

Pelo exposto anteriormente, deduz-se que “a questão das relações entre organizações e a imprensa não é nova. Como tema e problema, é até coisa velha, “de quase um século”, conforme destaca Manuel Carlos Chaparro (2006, p. 33) que, além disso, relembra que, na verdade, se nos identificarmos como profissionais ou estudiosos da comunicação chamada empresarial, institucional ou organizacional, somos mais ou menos herdeiros de um jornalista americano chamado Ivy Lee.

Por sua vez, Torquato (2002, p. 83-84) pontua que, na administração pública, a mentalidade é muito arcaica. Parcela significativa dos funcionários públicos do Brasil pensa de maneira ortodoxa, considera suas repartições um baú velho, e seu trabalho, uma obrigação. Estão ali, mas adormecem mental e psicologicamente no serviço, como se fossem extensões das máquinas. “[...] o desafio da comunicação na instituição pública é aproximar seus serviços da sociedade. Ocorre que a comunicação sozinha não

faz milagres. Se o serviço público é ruim, a comunicação não vai consertar a imagem da administração”.

1.2 Comunicação Pública

A postura da assessoria de imprensa política atuante nas Prefeituras (de modo geral) continua “amadora”, pois, em geral, esses profissionais trabalham as notícias de interesse público, assim como assessoram os prefeitos, como se estivessem representando empresas privadas e seus gestores. Há uma carência de novas técnicas, ações éticas e um amadurecimento por parte desses profissionais no campo da produção e difusão das informações de interesse da sociedade e para a sociedade.

Marcel Cheida (2003, p. 150) considera que o universo da política é amplo e complexo e que entender a representação política e a necessidade de uma intensa comunicação significa compreender os conteúdos que permitem político e eleitor dialogarem. A comunicação é uma ferramenta essencial para que esse poder se configure cada vez mais legítimo, pois permite que as intenções e os atos sejam conhecidos do público, do eleitor, do cidadão e cabe à assessoria de imprensa perceber e dirigir a comunicação governamental.

Essa atividade da assessoria de comunicação, no nosso caso municipal, com foco no interesse público, na formação de uma sociedade cidadã e democrática, diminuindo distâncias sociais, reduzindo as diferenças e ampliando a capacidade analítica individual em prol do coletivo não é favor algum aos munícipes. O trabalho de difundir informação à mídia para que chegue à população é uma obrigação das assessorias de imprensa, prevista na Constituição Federal promulgada em outubro de 1988, que instaurou como um dos fundamentos democráticos do Estado brasileiro o direito à informação na defesa do interesse público. Essa lei maior derruba fronteiras entre o público e o privado, abrindo espaço para a atuação do cidadão e exigindo dos governantes e órgãos públicos informações em áreas tidas até então como exclusivas do Estado. Cheida (2003, p. 134) diz que qualquer cidadão pode exigir informações que digam respeito a seus interesses como agente (eleitor) e paciente (cidadão) do processo político. Além disso, a Constituição Federal proporciona à sociedade uma postura atuante, crítica e responsável.

A comunicação, processo básico da vida em comunidade, reflete esse novo ambiente e assume características próprias, conceituadas como Comunicação Pública. Cheida (2003, p. 134-135) ressalta que o inciso XIV, artigo 5º da Constituição, estabelece que “é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da

fonte, quando necessário ao exercício profissional”, e os juristas Celso R. Bastos e Ives G. Martins (1989, p. 80-84 *apud* CHEIDA, 2003, p. 134-135)⁶ enfatizam que a informação é um bem que ocorre em um processo de reciprocidade entre quem informa e quem é informado:

Durante muito tempo, a luta travada em torno da informação cifrou-se à possibilidade de aquele que possui o conhecimento, a opinião, a crença, transmitir tal circuntância aos demais. Não há dúvida que foi batalha renhida, onde muitos perecem, inclusive na salvaguarda do direito de defenderem pontos de vistas meramente científicos. Quantos então não foram levados à morte por outros crimes de opinião? Mas a liberdade de informar ganhou contornos diferentes nos tempos modernos. Adquiriu-se uma visão integrada do processo informativo, dentro do qual há uma reciprocidade de posições. Aquele que em dado momento informa, em outro está a receber informação, da qual, de resto, depende para o próprio desenvolvimento do pensamento (BASTOS e MARTINS, 1989)

Almansa (2010, p. 63) lembra que os funcionários que trabalham nessas assessorias não podem esquecer-se de que recebem seus salários dos cofres públicos e, entre suas funções básicas, encontram-se atender o cidadão e facilitar-lhe o acesso a informações, assim como “acabar com ou minimizar o desencanto do cidadão pelas administrações públicas”.

Nesse sentido Black (1994, p. 191-192) ainda ressalta mais quatro objetivos das relações públicas nos governos locais (e aqui lemos assessoria de imprensa também), como manter o povo informado sobre a política municipal e as atividades cotidianas; dar ao público a oportunidade de expressar seus pontos de vista sobre novos projetos importantes antes da decisão final; instruir o povo sobre a maneira como funciona o sistema de governo local e informá-lo sobre seus direitos e suas responsabilidades; e por fim promover um sentimento de orgulho cívico.

Antes de mais nada, há que se esclarecer o conceito de comunicação pública que é diferente de comunicação governamental e de comunicação política. De maneira sucinta, entendemos que a comunicação governamental é praticada por um determinado governo, visa à prestação de contas, ao engajamento da população nas políticas adotadas e ao reconhecimento das ações promovidas nos campos político, econômico e social. É uma forma legítima de o governo fazer-se presente junto à população.

A comunicação política, mais conhecida como marketing político, é uma forma de divulgação de um político ou de um partido político, focando o processo eleitoral, dependendo, assim, da insubstituível legitimação da sociedade.

Tanto a comunicação governamental quanto a política têm o objetivo de atingir a opinião pública, na maioria das vezes fazem uso da propaganda, ou, campanha

⁶ BASTOS, Celso R. e MARTINS, Ives G. **Comentários à Constituição do Brasil**. São Paulo: Saraiva, 1989. p. 80-84.

publicitária, em que buscam respostas rápidas e efeitos imediatos por meio de pesquisas de opinião, às quais possam trazer futuras estratégias de campanha. Essa é uma prática muito usual e comum entre os políticos e seus partidos.

Já comunicação pública implica em uma prática comprometida com a democracia e a construção da cidadania o que supõe um posicionamento político que não é o mesmo que partidário.

Segundo Elizabeth Pazito Brandão (2009, p. 9), existe sem dúvida uma tendência para identificar comunicação pública com o viés apenas da comunicação realizada pelos órgãos governamentais. É interessante notar que a expressão começou a substituir outras denominações utilizadas tradicionalmente para designar a comunicação feita pelos governos, tais como comunicação governamental, comunicação política, publicidade governamental ou propaganda política. A adoção de uma nova terminologia não se dá por acaso, nem é uma questão de modismo, de buscar novos nomes para práticas já consagradas. Ainda, para Brandão (2009, p. 10),

a comunicação governamental no Brasil foi, historicamente, de natureza publicitária, isto é, de divulgação de suas ações e utilizou preferencialmente a propaganda com veiculação na grande mídia. Diante do novo cenário político no país, a comunicação de origem governamental sofreu transformações e buscou a adoção do sentido de comunicação pública, ou seja, aquela com objetivo de informar o cidadão.

Seguindo essa linha, Duarte (2009, p. 61) diz que comunicação pública coloca a centralidade do processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável. É um bem e um direito de natureza coletiva, envolvendo tudo o que diga respeito a aparato estatal, ações governamentais, partidos políticos, movimentos sociais, empresas públicas, terceiro setor e, até mesmo, em certas circunstâncias, às empresas privadas. A ideia pode ser julgada ingênua e até utópica, mas Duarte (2009, p. 61) ressalta que o uso da expressão está associado ao esforço de melhorar a vida das pessoas pela comunicação. Para conseguir isso, os instrumentos de comunicação são utilizados a partir do ponto de vista do cidadão em sua plenitude e não apenas em suas faces de consumidor, eleitor, usuário. Praticar comunicação pública implica assumir espírito público e privilegiar o interesse coletivo em detrimento de perspectivas pessoais e corporativas.

Nesse contexto, Heloiza Matos (2009, p. 48), lembra um artigo que publicou em 1988, em que estabelece uma diferenciação nos estudos da comunicação governamental:

[...] não estamos tratando das políticas de comunicação como forma de controle e regulamentação ou desregulamentação da propriedade e da utilização dos meios e tecnologias de comunicação. Referimos-nos aqui às normas, princípios e rotinas da comunicação social do governo, explicitadas ou não em suportes legais que visem regulamentar as comunicações internas e externas do serviço público. [...] consideramos que a comunicação pública envolve também a resposta do cidadão às iniciativas no fluxo das relações comunicativas entre Estado e sociedade.

Sob este prisma, Matos (2009, p. 56) esclarece que comunicação pública é política de inclusão informacional, pois, por meio da comunicação, diminui o descompasso cognitivo. Produz-se e aloca-se conhecimento, a exemplo do que ocorre no mercado de bens e serviços. Logo, é política pública para a democratização do saber.

Para Bueno (2009, p. 1),

a comunicação pública está sendo confundida, em tempos de mensalão, com a propaganda e, o que é pior, não com a propaganda ética, criativa, responsável, mas com personagens do universo da propaganda que afrontam a categoria por sua conduta espúria. Há um tremendo equívoco neste reducionismo e é preciso, de imediato, colocar os pingos nos is. A comunicação pública, que não deve também ser vista como a comunicação do Executivo ou a do Congresso, tem limites menos restritos e exibe inúmeras virtudes. Mais ainda: ela é absolutamente necessária numa democracia.

Bueno (2009, p. 1-2), ainda, enfatiza que a comunicação pública transparente e ética, profissionalizada, é uma exigência dos tempos modernos porque as autoridades, de qualquer instância, precisam prestar contas de seus atos aos cidadãos.

É sabido que não dispomos ainda de uma cultura de comunicação verdadeiramente disseminada na esfera pública, mas temos avançado bastante. [...] A culpa do equívoco atual, certamente, se origina das próprias autoridades que, sistematicamente, adotam uma visão tacaanha da Comunicação Pública e que não hesitam em privilegiar a propaganda (a má propaganda, se confrontados os recursos despendidos e os resultados alcançados nesse esforço) em detrimento de propostas mais abrangentes e mais democráticas.

De acordo com o autor, a comunicação pública deve pressupor como foco a interação com a sociedade, o diálogo, e criar canais para receber as reivindicações, as demandas, as necessidades e as expectativas dos diferentes segmentos sociais. Não pode "fechar-se em copas", como parece tem sido a norma, particularmente em gabinetes refrigerados de Brasília ou de cidades brasileiras, em que se confunde comunicação pública como "tráfico" de influência.

[...] Não se pode, sob o pretexto de se questionar uma prática mal feita (e bota mal feita nisso em certos escalões da esfera pública brasileira!), negar a importância da comunicação pública. Ela, até por

causa dessa bandalheira toda e dessa falta de profissionalismo, é mais necessária do que nunca. Devemos revigorar a comunicação pública, consolidá-la, reforçar o seu perfil positivo, comprometê-la com os verdadeiros anseios do País. [...] A comunicação pública que queremos (e de que precisamos para construir uma democracia verdadeira) deriva da diversidade de ideias, do embate de posições, da defesa intransigente da ética, do profissionalismo, do repúdio ao nepotismo e ao uso mesquinho do poder público como forma de consolidar privilégios para grupos e pessoas (BUENO, 2009, p. 2).

Nesse sentido, Bueno (2009, p. 2) finaliza apontando que a comunicação pública não pode ser confundida com o esforço de persuasão, mas se afirmar como diálogo permanente e, por isso, não pode resumir-se a campanhas publicitárias, que embutem promoção de partidos ou de governantes. Pelo contrário, é esse equívoco cometido em nome dela que nos levou a esse impasse e a essa falta de perspectiva.

1.3 O papel da comunicação

Para Torquato (2002, p. 162), a imagem de uma entidade é resultado de sua identidade, de suas ações e da atuação de seus dirigentes. Não há como dissociar o conceito de uma entidade da imagem que se pretende para ela. Ou seja, quando se distorce para mais ou para menos a imagem de uma entidade, gera-se uma dissonância que, mais cedo ou mais tarde, será percebida por seus públicos-alvo. A comunicação é o sistema de transporte de uma ideia, de um conceito, de um corpo filosófico e das ações empreendidas por uma entidade. A imagem, para ser bem percebida e gerar efeitos positivos, há de aparecer como um conjunto monolítico, uniforme e inseparável. Um princípio elementar de comunicação é a indivisibilidade de formas e processos. Ou seja, para preservar a homogeneidade dos conceitos e a unidade de pensamento, um sistema de comunicação deve ser integrado e uniforme. Significa que suas partes precisam estar posicionadas num centro unificado de geração e irradiação de informações.

De acordo com Venício de Lima (2009, p. 93), outro aspecto a ser lembrado é o momento de transição por que passam a política e a comunicação. A transição na política tem sua origem tanto no processo chamado de globalização como na “projeção de um novo credo, centrado no indivíduo aquisitivo, na hipervalorização do mercado e do econômico, no cidadão como consumidor” (NOGUEIRA, 2001). Como consequência, há um deslocamento da política para novos territórios (desterritorialização) e um questionamento dos Estados nacionais *vis-à-vis* as empresas transnacionais e os organismos internacionais.

Lima (2009, p. 93) ressalta que se vive um momento de transição e incertezas com reflexos concretos na atividade política. Já os meios de comunicação – tanto impressos como eletrônicos – não só no Brasil, mas também em todo o mundo, além do avanço acelerado de novas tecnologias como a Internet, do surgimento dos blogs e da próxima digitalização da radiodifusão, sofrem um processo de distanciamento crescente de seu público. “E, neste caso, é difícil não falar em crise de ‘credibilidade’. De qualquer forma, é preciso lembrar sempre: o que está realmente em jogo quando se trata das relações entre comunicação e política é o processo democrático”, enfatiza Lima.

Ainda, segundo Lima (2009, p. 93), as distorções de poder provocadas pelo desequilíbrio histórico entre os sistemas privado, público e estatal (radiodifusão), pela concentração da propriedade – em boa parte provocada pela ausência de normas que impeçam a propriedade cruzada – e a vinculação dos grandes grupos de comunicação com lideranças políticas regionais e locais são alguns dos problemas que impedem a democratização de nossa comunicação. E sem ela não haverá diversidade e pluralidade de informação, vale dizer, opinião pública autônoma e, portanto, democracia plena.

Segundo Marco Eid (2003, p. 3), em “todo trabalho de assessoria de imprensa, em especial no setor público, é imprescindível que se forneça à imprensa informação com conteúdo útil e desejado pelo cidadão, pela sociedade e por segmentos específicos”.

Para Nelson Costa Fossatti (2006, p. 71), essas definições observadas sob a ótica da esfera pública possibilitam diferentes abordagens principalmente em relação aos fatores que influenciam o ambiente de tarefa dos municípios.

Assim, podemos nos valer da pesquisa realizada por Fossatti para tentar compreender a prática das atividades envolvidas na comunicação. Utilizaremos a pesquisa como um exemplo para identificar e analisar o perfil da área de comunicação dos municípios e as características específicas da gestão de comunicação.

É oportuno ressaltar que Fossatti (2006, p. 130-133) realizou essa pesquisa em 2003, valendo-se da aplicação de questionário no período de três meses para 10.187.798 habitantes. Porém o percentual de retorno foi de 25% dos municípios pesquisados, ou seja, contou com 5.457.766 habitantes, o que corresponde a 53% da população total do estado do Rio Grande do Sul. A pesquisa de caráter quantitativo-descritivo foi realizada junto à Secretaria da Coordenação e Planejamento do Rio Grande do Sul, utilizando como público-alvo os 497 municípios gaúchos e tendo como pressuposto que essa área é responsável por atividades de comunicação (jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda) junto à comunidade.

O reflexo dessa pesquisa nos interessa na medida em que Fossatti (2006, p. 144) observa que a preocupação com a área de comunicação sempre foi reconhecida pelos governos locais. O fato de 45% dos respondentes ocuparem cargos como assessores e 23% o cargo de secretários de comunicação já é uma evidência de que a comunicação é uma função estratégica na estrutura dos governos. Entretanto tal resultado não evita a alta rotatividade na área, com tempo médio na função de até três anos o que equivale a 74%, revelando forte vínculo com a política local. Contudo, Fossatti (2006, p. 145) destaca que esta não é a principal preocupação, pois apenas 33% dos jornalistas respondem pela área de comunicação, 53% são representados por outras profissões. Fossatti finaliza:

[...] torna-se evidente que a esfera pública municipal, na figura dos governantes locais, embora tenha descoberto a importância da comunicação, ainda desconhece a característica multidisciplinar da comunicação para tornar mais eficiente as relações entre o governo e os cidadãos.

Esse tipo de relatório fornece dados concretos que podem ser comparados com a percepção de Torquato (2002, p. 84) quando sustenta que as estruturas de comunicação de governos, em nível federal, estadual ou municipal, devem ser personalizadas. Em primeiro lugar, tais estruturas devem possuir profissionais especializados. Depois precisam trabalhar com produtos bem delineados nas áreas de comunicação jornalística, editoração, relações públicas, propaganda, pesquisa, articulação com a sociedade, eventos.

É preciso que as estruturas trabalhem com um conceito sistêmico de comunicação, evitando a disparidade de linguagens. Observa-se que o setor de relações públicas às vezes está distanciado da área de imprensa, que, por sua vez, está afastada da editoração e da publicidade, e assim por diante. A estrutura deve ter comando único para preservar a harmonia das linguagens (TORQUATO, 2002, p. 84).

1.1.3 Avaliando o perfil e as características da comunicação

Na prática dessas concepções, esta pesquisa tem por objetivo compreender o desenvolvimento, ou o progresso de uma “nova maneira de comunicação municipal”, no sentido de adequar-se às exigências das necessidades locais e conceber a assessoria de imprensa municipal como um conjunto intimamente unido, coerente e interessado em estimular uma articulação saudável com a sociedade civil.

Sob esse prisma, que está evidentemente no cerne dessa discussão, percebemos que o conhecimento sobre comunicação municipal é muito mais complexo do que se imagina.

Para Maria Regina Estevez Martinez (2006, p. 217-233), a rigor, somente os órgãos do governo federal e os do governo dos estados têm capacidade de dispor de

assessorias de imprensa bem estruturadas. À exceção das capitais de estado, os governos municipais são carentes dessas estruturas. Elas acontecem, em geral, de maneira improvisada, sem contar a interferência do aspecto político, em que prevalece a indicação ou o amigo do governante, o que ocorre desde o nível da presidência da República e dos ministérios aos governos dos estados, prefeituras e secretarias de estado. Os municípios mais prósperos ou que sediam o governo de seu estado, em especial os das regiões sul e sudeste, têm mais recursos, uma exposição maior à imprensa e, da mesma forma, assessorias mais bem estruturadas. Temos, então, algumas características da atuação das assessorias de comunicação da gestão pública, mesmo que, atualmente, muitas reservem grande parte de seu orçamento para uso intensivo da publicidade e propaganda, tipo de trabalho na maioria das vezes realizado por uma empresa privada, escolhida por meio de licitação.

Segundo Martinez (2006, p. 232-233), entre as ações das assessorias de imprensa, destacam-se as que:

- atuam mais nas áreas de informação sobre prestação de serviços;
- têm atuação mais reativa;
- aparecem mais nas ocasiões de eventos ou anúncios públicos, em coletivas;
- divulgam balanços de resultados de campanhas e prestação de serviços;
- defendem e protegem a imagem da empresa e de seus dirigentes, aproximando-os ou tornando mais difícil o acesso aos jornalistas, dependendo de como cada ocasião deva ser administrada;
- esclarecem seus públicos sobre possíveis atos da empresa ou organização que hajam atentado contra os direitos da sociedade e/ou sobre possíveis falhas na prestação de serviço.

Nesta nova realidade em que os fluxos de informação chegam com a mesma velocidade com que são divulgados, Duarte (2006, p. 236) acredita que o profissional de assessoria deixa de limitar-se ao relacionamento apenas com os jornalistas das redações e deve passar a criar conexões com outras áreas de comunicação ou mesmo expandir sua atuação, assim, os produtos e os serviços de uma assessoria de imprensa tornam-se mais diversificados. O objetivo deixa de ser a simples exposição na mídia para incorporar a noção de posicionamento estratégico da organização junto ao público interno e à sociedade, seja com fins mercadológicos, de informação ou, simplesmente, de imagem. As tarefas e os desafios ampliam-se, exigindo maior capacidade de criar e administrar diferentes instrumentos de comunicação.

Mas a questão não é tão simples e não depende unicamente da boa vontade do profissional, principalmente quando este trabalha para um órgão público. Contudo a comunicação nesse contexto pode desempenhar um importante papel e, quem sabe ser considerada ferramenta primordial para as organizações públicas ou privadas, e que com isso seja muito mais estratégica do que no passado. Afinal, quando conectados políticas e planos de ação das organizações, por exemplo, os responsáveis pela comunicação devem buscar estratégias precisas na arte de informar, agindo com transparência e comprometimento diante de determinada tarefa.

Do mesmo modo, Paulo Nassar (2006, p. 149) acredita que “neste princípio de século, a gestão da comunicação tende a ser, cada vez mais, multidisciplinar com contribuições de praticamente todos os setores das ciências humanas e das organizações”.

Por essa razão, Kunsch (2008, p. 2) reflete sobre a evolução da comunicação referenciando Philippe Bretyon (2000), que destaca que a sociedade da comunicação é constituída por redes de informação e autorreguladas politicamente (BRETYON, 2000 *apud* KUNSCH, 2008, p. 63)⁷. Kunsch (2008, p. 3) afirma que “todas essas novas configurações do ambiente social global vão exigir das organizações novas posturas, necessitando elas de um planejamento mais apurado da sua comunicação para se relacionar com os públicos, a opinião pública e a sociedade em geral”.

1.4 Processos eleitorais: ferramentas e usos

Para Roberto Gondo Macedo (2007, p. 92-93), um caminho sugerido pelos consultores em marketing político e comunicação política é de que o político coerente e inteligente, cujo perfil se vincula ao de um estrategista, deve compreender que seu caminho com relação aos meios de comunicação não será bem-sucedido se não possuir bons assessores de imprensa. O assessor de imprensa no cenário do marketing político possui mais de um papel, normalmente o mais comum é desenvolver serviços que esclareçam a imprensa sobre o político, mas independentemente desse lado, o assessor deve também esclarecer o político sobre a imprensa, mesmo porque o ator político, por mais que esteja acostumado com o meio em que atua, não transita com tanta tranquilidade no ambiente da comunicação, a não ser que tenha também essa formação.

Nesse sentido, Macedo (2007, p. 93) diz que, com base nessas premissas, compreende que os atores políticos que quiserem manter sua imagem fortalecida de uma

⁷ BRETYON, Philippe. *La utopía de la comunicación: el mito de la aldea global*. Trad. Paula Mahler. Buenos Aires: Nueva Visión, 2000.

eleição para outra, devem atentar à volatilidade do eleitor. Esse trânsito estratégico nos meios de comunicação desenvolvido pelo profissional de assessoria de imprensa irá proporcionar a manutenção da imagem pública, estruturando o político para novas disputas eleitorais.

No âmbito do marketing político, como ponto inspirador do processo de comunicação política, Adolpho Queiróz (2006, p. 342) traça as ações que permeiam desde a construção da agenda do candidato, passando por seu programa de governo, suas apresentações e sua presença em atos públicos e ações estratégicas de curto, médio e longo prazo.

Macedo (2007, p. 93) completa, ressaltando que a assessoria de imprensa deve também responsabilizar-se por implantar estratégias juntamente com os consultores políticos a fim de neutralizar boatos e notícias sobre o político assessorado.

Contudo a comunicação do processo eleitoral é uma preocupação constante dos partidos políticos, cujas estratégias de campanha garantem uma comunicação eficaz entre o ator político, o partido e a opinião pública.

Em época de processo eleitoral, uma das ferramentas comunicacionais que mais entram em evidência é o marketing político. Não por se tratar da principal ferramenta da campanha política, mas por ter se tornado a expressão popular mais conhecida pela população, visto que é utilizado, praticamente, apenas no correr das campanhas eleitorais. Entretanto, vale ressaltar que, para Torquato (2002, p. 141), o correto emprego do marketing político significa o uso tanto para viabilizar candidaturas proporcionais e majoritárias quanto para estabelecer, preservar e aperfeiçoar o conceito das administrações públicas.

Torquato (2002, p. 141), ainda, observa que tanto o governador quanto o prefeito carecem de um sistema de marketing condizente com as mudanças. O marketing político vai ajudá-lo a ampliar as pontes de comunicação com as comunidades, a prestar contas periódicas, a criar climas de aproximação e simpatia, a abrir fluxos de acesso, a identificar pontos de demandas sociais e, sobretudo, a estabelecer um clima de confiança e credibilidade. O autor (2002, p. 142), também, observa que, para os governos estaduais e para as prefeituras, o marketing compreende um conjunto de meios, formas, recursos e ações de pesquisa, comunicação, articulação e mobilização, quatro eixos que sustentam as atividades do marketing.

A partir da década de 1990, o voto dos brasileiros passou a trazer mais exigências que no passado. Torquato (2002, p. 141) crê que a sociedade se mostra mais organizada, tem eleito representantes próximos a suas demandas, e os novos

governantes assumem, perante a opinião pública, compromissos que são cobrados pela população. Todavia, parafraseando Torquato (2002), marketing sem pesquisa é chute! Destacamos aqui a pesquisa, porque partido algum lança candidato, seja prefeito, deputados estadual e federal, entre outros, sem antes realizar uma pesquisa quantitativa e qualitativa, também, muito conhecida como pesquisa de opinião.

Segundo Torquato (2002, p. 143), nenhum administrador, por mais competente e intuitivo que seja, pode criar um programa de governo sem auscultar a comunidade:

A apuração de aspirações, anseios, vontades e expectativas da população dará ao programa de marketing o balizamento. As administrações podem, por exemplo, descobrir que seu sentido de prioridades não está sendo aceito ou entendido pela sociedade e, ainda, que o governo pode estar indo na contramão dos desejos do povo. De seis em seis meses, é aconselhável uma pesquisa de opinião, seja quantitativa ou qualitativa, para aferição do clima ambiental (TORQUATO, 2002, p. 143).

Para melhor compreensão das ações de pesquisa, peça fundamental em uma campanha eleitoral, apresentamos, a seguir, um modelo idealizado pelo Partido dos Trabalhadores (PT), por meio da executiva e do diretório municipal de Santo André (SP), cujos militantes se uniram para um Seminário Interno⁸ que aconteceu em março de 2011. Entre os objetivos dessa reunião encontravam-se:

- avaliar o desempenho do partido nas últimas eleições, bem como estabelecer um canal direto com a militância para ouvir suas sugestões, seus anseios em relação ao partido e quais os caminhos a serem definidos para 2011 e 2012;
- estabelecer diretrizes e encaminhamentos para formular um projeto de governo para disputar as eleições em 2012 para ganhar os corações e as mentes dos cidadãos e cidadãs andreenses para: conquistar a prefeitura; ampliar significativamente a bancada de vereadores e vereadoras; demonstrar efetivamente a diferença de um partido que busca, sempre, melhorar a vida; radicalizar a democracia e ampliar os direitos dos trabalhadores e trabalhadoras, crianças, jovens, idosos, negros e negras, mulheres, enfim, de todas as pessoas que constroem suas vidas na cidade de Santo André.

Primeiramente, devemos esclarecer que estamos utilizando como exemplo o Partido dos Trabalhadores porque o material apresentado no seminário em questão foi distribuído para todos os veículos de comunicação. Dessa forma, tornou-se um material viável e de grande importância para nossa pesquisa, que, por tratar-se de um projeto acadêmico de cunho científico, não remete a posição partidária nem política. Vale

⁸ Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André. “Construindo Consenso”, 19 páginas, março de 2011. Anexo 01.

ressaltar, ainda, que analisaremos este assunto sobre eleição x comunicação de forma significativa nos capítulos que seguem.

A pesquisa a seguir visa ilustrar os bastidores dos processos eleitorais. Por exemplo, para que o PT atinja algumas de suas metas descritas acima, de maneira muito sucinta, apresentaremos um levantamento de informações de campanhas realizadas para deputados estadual e federal de 1998 a 2010.

O trabalho de levantamento de dados sobre a aceitação do partido na cidade de Santo André acontece porque não há como os diretórios regional e estadual do PT escolherem um candidato a prefeito para o município andreense sem saber a opinião da população sobre o partido. Ou seja, como pensar, trabalhar a questão da política regional, sem trabalhar, também, a questão federal e estadual; afinal, só assim o partido pode pensar em chegar ao cargo de maior importância de um país. Lembramos que esse trabalho realizado pelo PT serve para conhecermos ou termos uma ideia de como os outros partidos políticos brasileiros também trabalham.

Na tabela abaixo, temos o desempenho nas eleições proporcionais, na comparação com os outros dois partidos mais votados para deputado federal em Santo André.

Ano	1º colocado	2º colocado	3º colocado
2010	PT – 123.901 votos – 32,4%	PSDB – 74.315 votos – 19,4%	PSB – 43.073 votos – 11,3%
2006	PT – 110.137 votos – 29%	PSDB - 56.662 votos – 14,9%	PFL – 41.105 votos – 10%
2002	PT – 153.533 votos – 43,5%	PRONA – 36.806 votos – 4%	PTB – 33.343 votos – 9,5%
1998	PT – 109.729 votos – 41,0	PTB – 73.749 votos – 27,6%	PSDB – 24.118 votos – 9%

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André. “Construindo Consenso”, março de 2011.

Nesta outra tabela, temos o desempenho nas eleições proporcionais, na comparação com os outros dois partidos mais votados para deputado estadual em Santo André.

Ano	1º colocado	2º colocado	3º colocado
2010	PT – 129.235 votos – 37,5%	PSDB – 66.116 votos – 19,3%	DEM – 33.707 votos – 9,8%
2006	PT – 111.092 votos – 29,6%	PSDB – 77.038 votos – 20,6 %	PV – 32.166 votos – 8,2%

2002	PT – 133.795 votos – 39,2%	PDT – 31.951 votos – 9,4%	PTB – 28.047 votos – 8,2%
1998	PT – 91.831 votos – 36%	PTB – 49.368 votos – 19,5%	PMDB – 22.205 votos – 5,8%

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André. “Construindo Consenso”, março de 2011.

Resultado obtido pelo PT: “A região requer uma análise mais específica em função da sequência de quedas nos números de votos que viemos obtendo”. Após os resultados obtidos por meio da pesquisa, o Partido dos Trabalhadores concluiu que, a partir desse diagnóstico, é necessário:

- realizar pesquisa qualitativa e quantitativa com a finalidade de obter um diagnóstico mais aprofundado sobre o que pensam os diversos setores sociais da cidade sobre o PT, sobre nossos governos e sobre a atual administração;
- resgatar a atuação partidária junto aos movimentos sociais, às demandas populares, às lutas da classe trabalhadora, propondo sua articulação e organização para, entre outras coisas: resistir e defender as conquistas e os canais de participação popular criados em nossos governos; lutar por suas reivindicações; construir novos movimentos e/ou rearticular os existentes, a partir das demandas e possibilidades existentes;
- promover uma maior inserção de nossos vereadores, deputados e atuais lideranças nesses movimentos;
- promover como partido uma maior interlocução com nossas bases sociais na cidade, e com outros segmentos com os quais queremos estabelecer contatos e diálogo, que congreguem desde as atividades da natureza política propriamente ditas, como nossa participação em atividades de cunho social, cultural e outras;
- promover plenárias do partido abertas à população nos bairros com palestras, debates, divulgação das ações do partido, discussão de temas gerais, da cidade ou locais;
- desenvolver novas formas de contato e diálogo com o chamado “cidadão comum”, aquele que ainda pouco participa da política e de movimentos.

Aqui, inserimos apenas alguns tópicos das medidas que o partido pretende adotar, visto que o relatório completo tem 19 páginas. Para este eixo de pesquisa que usamos como modelo, o partido aponta 18 sugestões no total para resolver o problema de perda

de voto. A partir desse relatório petista, podemos observar com mais clareza a importância de realizar pesquisas para campanhas eleitorais.

Torquato (2002, p. 155), ressalta que a pesquisa tem a função de:

- planejar e acompanhar a realização de pesquisas sobre programas e perfil de governo;
- ler e interpretar as pesquisas, fornecendo ao secretário de comunicação as análises e reflexões extraídas das pesquisas de imagem e conceito;
- sugerir aspectos e abordagens para pesquisas a serem realizadas.

Em suma, são ações de comunicação política, ou marketing político, que fazem os candidatos ganharem as eleições, já que de forma direta ou indireta nesse processo eleitoral os atores desse jogo vão se valer de todas as ferramentas comunicacionais, apresentando um conjunto de estratégias para atingir o objetivo de qualquer político: chegar ao poder na gestão pública.

A realidade contígua pode ser associada, por exemplo, a um dos artigos mais conhecidos de António Rubim (2010, p. 1), “Espectáculo, Política e Mídia”, em que o autor afirma sem medo de errar que “o espetáculo deve ser compreendido como inerente a todas sociedades humanas e, por conseguinte, presente em praticamente todas instâncias organizativas e práticas sociais, dentre elas, o poder político e a política”. Para Rubim (2010, p. 17), a adequação ao novo ambiente, não resta dúvida que implica em mudanças relevantes da dinâmica política, inclusive com a absorção de novos atores (mídias e peritos de diversas ordens, tais como marqueteiros, publicitários, assessores de imprensa e imagem, profissionais da política entre outros). Para tanto, no próximo capítulo apresentaremos a história política do município de Santo André e seus dados demográficos para que o objeto de estudo seja mais bem conhecido.

Logo, trabalharemos de maneira mais ampla os acontecimentos políticos que marcaram a cidade que faz parte do Grande ABC Paulista – Pólo Industrial importantíssimo para a renda per capita do Brasil. Questões como esta e a falta de participação nos assuntos da política local, ou municipal também darão vazão ao significado de comunicação pública e cidadania presentes nas páginas que seguem até o último capítulo, principalmente porque associamos a comunicação e a política que transita na contemporânea dimensão pública de sociabilidade.

2º CAPÍTULO

SANTO ANDRÉ: HISTÓRICO E TRAJETÓRIA POLÍTICA

“Faça o que puder, com o que tiver, onde estiver.”

Theodore Roosevelt

2.1 História

Por motivos desconhecidos, o lusitano João Ramalho aporta em nosso solo renunciando o caminho de volta que o trouxe até nossas terras, momento em que ocorrem tempos de grandes transformações pela construção de uma sociedade que se mostrou organizada numa imensidão de um país ignorado. Em sua fundação, a Vila de Santo André da Borda do Campo traz séculos vividos às sombras do esquecimento e da destruição. Felizmente, o povoado liderado por João Ramalho soube enfrentar corajosamente momentos nebulosos e, após uma sucessão de episódios de começos e recomeços, iniciamos um relato da cidade que herdamos.

Nossas leituras remontam a partir do dia 08 de abril de 1553, quando o pedido do lusitano para transformar a região que fundou como Vila de Santo André da Borda do Campo foi atendido pelo governador-geral Tomé de Sousa. Momento em que a motivação por metais estimulou novos olhares para o interior e em que os jesuítas, instalados em São Vicente, interessaram-se em mudar a sede de seu colégio para as proximidades de Piratininga, visto que havia uma grande evasão de pessoas do litoral para o interior. Tal acontecimento se deu em 25 de janeiro de 1554, com a concepção da Aldeia de São Paulo de Piratininga.

De acordo com Octaviano A. Gaiarsa (1991, p. 13), a vilinha teria sido um dos primeiros aglomerados humanos com vida organizada, na vastidão do Brasil desconhecido. De vida tormentosa e difícil, foi destruída entre os anos de 1558 e 1560.

Em 1558, João Ramalho passou a administrar a Vila como alcaide-mor, porém as dificuldades com sustento, alimentos e segurança devido às rivalidades entre os padres jesuítas de Piratininga e o próprio João Ramalho, além dos conflitos com os povos indígenas, fizeram com que, em 1560, a Vila de Santo André fosse transferida para São Paulo de Piratininga por meio da proposta do padre Manoel da Nóbrega ao governador-geral Mem de Sá. Com isso, a Vila deixou de existir como unidade administrativa, transformando-se um bairro de São Paulo. Durante esse tempo, o território estagnou, tornando-se local de passagem entre o Porto de Santos, a Capital e o interior. Ainda, como retrata Gaiarsa (1991, p. 25-29), a cidade dormiu por três séculos:

Santo André desaparece, mas o Brasil prossegue sua história. Em São Paulo tudo evolui de tal modo que, em linhas convergentes, dá-se a coincidência com o ressurgimento de Santo André da Borda do Campo, embora com nome diferente. [...] Dois fatores importantes marcaram o despertar das povoações que surgiram na região andreense e num prazo relativamente curto: 1º a construção da estrada de ferro São Paulo Railway (hoje Santos-Jundiaí); 2º a instalação da usina hidroelétrica da Light & Power na baixada do Cubatão, com aproveitamento das águas represadas no território andreense, principalmente com os contingentes dos rios Grande e Pequeno e seus tributários menores [...].

Seguindo a linha de pensamento de Gaiarsa (1991), os dois fatores apresentados foram o eixo do progresso das unidades municipais, visto que resultaram na dinamização das energias latentes, despertadas após três séculos de apatia, estagnação e pobreza.

Somente em 1910, ressurge o nome Santo André, quando foi criado um distrito às margens do São Paulo Railway ou Estrada de Ferro Santos-Jundiaí. Nessa época, a região constituía o bairro da estação do município de São Bernardo.

2.2 O surgimento do ABC Paulista

Dentro desse contexto, percebe-se que é custoso relatar a história de Santo André sem incluir, também, a das cidades de São Bernardo, criada em 1889, e a de São Caetano do Sul, com emancipação político-administrativa oficial em 1949, visto que, juntos, os municípios compõem o ABC paulista, uma região industrial do Estado de São Paulo, considerado o terceiro polo econômico do país.

Para Gaiarsa (1991, p. 45), os primeiros moradores estrangeiros nas terras concedidas pelo governo aos padres beneditinos foram as diversas famílias que chegavam da Itália; as quais iam cultivando a terra na região de Jurubatuba e nos terrenos que tomaram para servir de “colônias”.

A história de São Bernardo pode ser dividida em várias fases, porém uma destaca-se como a mais ligada a Santo André, de acordo com o site da Prefeitura são-bernardense:

[...] o cultivo da terra é intensificado. Planta-se, colhe-se, fabrica-se, produz-se. Os campos vão sendo devastados, as matas derrubadas, as estradas alargadas, ruas e calçadas corrigidas, as vilas edificadas e casas construídas. Ao final do século, por lei provincial de 12 de março de 1889, a Freguesia foi elevada a município, cuja instalação ocorreu em maio de 1890. O município compreendia, então, praticamente todo o território do atual ABC [...]. Com a exploração da madeira, as serrarias aparecem, registrando a tendência industrial da “Villa”. Desenvolve-se a indústria moveleira ao lado da têxtil. No século XX, com a construção da Represa Billings, alguns núcleos coloniais de imigrantes italianos, formados no século XIX, são atingidos por suas águas [...].

Ainda, de acordo com a *home* da Prefeitura de São Bernardo, os caminhos proliferaram, não só como passagem, mas como expansão do processo de urbanização. Os bairros foram se formando e desdobrando em pequenas vilas e novos bairros. O espaço do povoado transformou-se na paisagem da cidade. Apesar do desenvolvimento da sede do município (atual São Bernardo do Campo), o Bairro da Estação (Santo André), em razão da estação de ferro inaugurada em 1867, conhece um crescimento acelerado, com a implantação de várias indústrias. Assim, Santo André começa a destacar-se econômica e politicamente, tornando-se, em 1938, a sede do município, cujo nome é mudado para Santo André, e São Bernardo torna-se distrito. Após muitas movimentações, em 1944, ocorre a emancipação político-administrativa de São Bernardo. O designativo do Campo, aplicado a São Bernardo, surge com a instalação do atual município, em 1º de janeiro de 1945.

Numa linha muito semelhante, a fundação de São Caetano segue os moldes das histórias de Santo André e São Bernardo. Segundo a Fundação Pró-Memória de São Caetano do Sul, em 1861 o capitão Duarte Machado doou aos padres beneditinos o sítio que possuía no Tijucuçu (nome dado à via que hoje liga os bairros Olímpico e Nova Gerty). Ainda de acordo com a Fundação, em 1671, Fernão Dias Paes Leme, bandeirante conhecido sob a alcunha de “O Caçador de Esmeraldas”, arrematou em leilão outro sítio vizinho e, também, doou aos padres. Assim foi formada a Fazenda São Caetano, que, além de plantações, mantinha uma olaria. Nesse sentido, observamos no site da Fundação Pró-Memória dos sulsancaetanenses:

Dois fatos são considerados pontos-chaves para impulsionar o desenvolvimento da região, quando, até então, a história de São Caetano estava ligada quase que exclusivamente aos paulistanos: a construção da estrada de ferro São Paulo Railway Company e a imigração europeia, uma decisão política do Governo Imperial que adquiriu lotes de terras para instalação dos núcleos coloniais, mudando a trajetória do município. Com o objetivo de minimizar os efeitos da evasão de mão de obra agrícola, a imigração europeia tornou-se realidade e em 29 de junho de 1877 algumas famílias de imigrantes embarcavam no vapor Europa, no porto de Gênova, com destino ao Brasil.

Outro aspecto a ser levado em conta na página da Fundação Pró-Memória refere-se à história político-administrativa de São Caetano, que acompanhou, em parte, seu desenvolvimento econômico. O território, que até então pertencia ao município de São Paulo, foi anexado, em 1901, a São Bernardo. A primeira manifestação pela autonomia deu-se em 1928, porém o movimento foi mal-sucedido. Até que na década de 1940, o sonho da emancipação voltou a empolgar os moradores da região, dando origem à segunda tentativa de obter a autonomia. Somente em 24 de dezembro de 1948, o governador do Estado de São Paulo, Adhemar de Barros, ratificou a decisão dos

sulsancaetanenses, homologando a criação do município de São Caetano do Sul, efetivada em 1º de janeiro de 1949.

Para José Armando Pereira da Silva (1991, p. 15), Santo André, a partir de meados da década de 1940, transformou-se no maior centro da região do ABC:

[...] em razão da industrialização no eixo ferroviário entre São Paulo e Santos, que encontrou como condições favoráveis a própria Estrada de Ferro, a proximidade com a Capital, a facilidade de recebimento de componentes e matérias-primas, através de Santos, e a força motriz localizada a distância relativamente pequena, em Cubatão (Usina Light). A diminuição de emprego agrícola, marcada especialmente pela crise do café, após 1930, deslocara para as grandes cidades, mão de obra não qualificada, porém capaz de ser absorvida no novo processo industrial [...].

Silva (1991, p. 15) continua, esclarecendo que parte dessa mão de obra

(...) vai encontrar, na região do ABC, não apenas o mercado de trabalho à disposição e em expansão a partir da 2ª Guerra, como também um tipo de convivência semelhante à do interior [...], a vida do novo município andreense, de início pendente entre a antiga vila (São Bernardo) e a Estação (Santo André), vai aos poucos polarizando-se em torno desta última, junto à qual se instalaram as grandes empresas industriais.

2.3 O progresso do Grande ABC

Para Antônio de Almeida (2008, p. 32-33), no tocante à atividade industrial propriamente dita e a seu grande sucesso em toda a região do ABC, são vários os argumentos que têm sido apresentados objetivando uma explicação para esse fenômeno:

A ferrovia colocava o ABC num dos maiores circuitos de desenvolvimento do país, facilitando, ao mesmo tempo, o acesso à matéria-prima e o escoamento da produção. Não é por acaso que, na disputa interna pelo desenvolvimento industrial, os vilarejos de Santo André e São Caetano, ambos cortados pela estrada de ferro, foram os vitoriosos dessa primeira etapa, superando São Bernardo, que, embora fosse a sede do município que congregava toda a região, distanciava-se sete quilômetros da estação mais próxima.

Segundo Almeida, (2008, p. 33-34), juntamente com a ferrovia, foram responsáveis pela consolidação da atividade industrial do ABC:

- a vasta extensão de terras apropriadas para edificações que, com o crescimento urbano da vizinha São Paulo e conseqüente valorização do solo, serviu para abrigar os empresários que visavam iniciar ou ampliar seus investimentos e deslocaram-se para essa região à procura de baixos custos;
- a farta disponibilidade de água, primeiro do Rio Tamanduateí e posteriormente também da Represa Billings;

- a proximidade das fontes geradoras de energia elétrica, o que possibilitou que a região fosse beneficiada por esse recurso ainda na primeira década do século XX;
- além da mão de obra constituída tanto pelos imigrantes europeus, quanto pelos provenientes de várias regiões do território brasileiro.

Dado o ambiente em que se encontrou essa combinação de fatores, os resultados esperados não poderiam ser diferentes do significativo crescimento industrial e urbano. Almeida (2008, p. 35) destaca que a industrialização do ABC tornava-se realidade e o principal fator da economia local. Em Santo André, o pioneirismo ficou por conta das indústrias têxteis; na década seguinte, foi a vez das multinacionais com produtos químicos e automobilísticos. Em São Caetano, é possível destacar a produção de sabão, óleo de algodão e de amendoim, velas e óleo de rícino, diversos produtos químicos e adubos, telhas, ladrilhos, tijolos, seda artificial e indústria automotiva. Já em São Bernardo, a atividade inicial que mais prosperou teve como base a madeira, e as várias serrarias e fábricas de móveis ali instaladas, que predominaram durante toda a primeira metade do século XX. Após esse momento, São Bernardo tornava-se o segundo maior parque industrial de São Paulo, com 498 fábricas, representando 109 ramos diferentes de indústria, um dos mais importantes do Brasil, por isso mesmo um dos mais importantes da América do Sul (ALMEIDA, 2008, p. 36).

Diante desse panorama, Almeida (2008, p. 38), ainda destaca que, ao lado das grandes indústrias que se instalaram no ABC, transformando a região no principal polo produtor de veículos do país, multiplicou-se também uma infinidade de fábricas de autopeças, mecânicas, elétricas, metalúrgicas e diversos fornecedores que as montadoras de veículos necessitam para a fabricação de seus produtos. Essa explosão industrial só poderia ter como consequência uma não menos inusitada explosão populacional.

Com isso, a moldura social de trabalho e sobrevivência não são as únicas que viraram de cabeça para baixo. Almeida (2008, p. 39), aponta que o perfil urbanístico da região passou por abruptas e profundas transformações, assumindo uma configuração própria dos centros industrializados. Nesse novo cenário, à construção de enormes viadutos e largas avenidas, atributos necessários para o escoamento da volumosa quantidade de mercadorias produzidas, soma-se a instalação de modernos centros administrativos, destinados a sediar os poderes executivo e legislativo municipais. Em relação às condições de moradia, a eclosão de uma infinidade de prédios residenciais demonstra um claro crescimento vertical das cidades como opção encontrada pelos

setores médios da população para permanecer nos bairros centrais. Isso contrasta com a ocupação desordenada das regiões periféricas pela grande massa de trabalhadores, que tem como consequência a proliferação de cortiços, favelas ou pequenos barracos em áreas totalmente inadequadas para habitação (ALMEIDA, 2008, p. 40).

Do mesmo modo, Gaiarsa (1991, p. 129) considera que, modernamente, o conceito e a prática do planejamento fazem parte dos programas do governo quando os administradores da coisa pública são dotados de visão e de lastro cultural que os levam a compreender a importância que o equacionamento adequado assume para a solução dos problemas que surgem e se agravam quando uma cidade cresce continuamente. Contudo esse conceito tem sofrido várias alterações no decurso da evolução de Santo André, uma vez que os prefeitos não estavam em condições de traçar planos de maior alcance, pois os instrumentos legais e os recursos foram sempre escassos. As soluções de emergência restringiam-se a cuidar dos pontilhões, apedregulhar ruas e estradas vicinais, cuidando da arrecadação e aprovando as poucas plantas que anualmente eram protocoladas.

Gaiarsa (1991, p. 130) conta que, com o passar dos anos, tudo se transformou em realidade, superando as expectativas dos pessimistas da época. O conceito de urbanização foi a construção de avenidas e marginais, resultando no ponto de partida para o crescimento de Santo André.

Por sua vez, Almeida (2008, p. 119) lembra que, no caso do ABC, a conduta dos setores da classe dominante local tem contribuído para revelar também os próprios paradoxos. Por um lado, a busca desenfreada do desenvolvimento e progresso para a região; por outro, a negação de valores e comportamentos sociais que, a despeito de sua vontade, passam a ser disseminados justamente com o advento desse mesmo progresso urbano. Num momento, a imoralidade no trato da coisa pública, a troca de favores, a utilização da máquina administrativa e dos recursos coletivos em proveito de benefícios pessoais, vistos como atos de esperteza política; noutro, a utilização do discurso condenatório com vistas à conformação de uma adequada mão de obra para o mercado de trabalho.

2.4 Comunidade e o fortalecimento de identidades

Almeida (2008, p. 120) chama a atenção para o fato de que nem mesmo as diferenças existentes no ABC, nas primeiras décadas do século XX, parecem interferir de maneira significativa na leitura idealizada daquela realidade, embora o distanciamento entre ricos e pobres fosse facilmente identificável pela posse de

propriedades rurais e urbanas, pelo controle do poder político e pelas diferenças entre empresários e trabalhadores. Ocorre que, como a ausência de infraestrutura urbana era algo extensivo a todos, incluindo em certa medida também os mais abastados, os parques espaços de convívio coletivo eram, em sua maioria, frequentados indistintamente por ricos e pobres, patrões e empregados. Tudo isso, de alguma forma, contribuiu para a constituição de um campo simbólico no qual prevaleceu a ideia de uma vida em comunidade.

Paralelamente à qualidade do discurso, o entendimento em que a comunidade se baseia, de acordo com Zygmunt Bauman (2003, p. 15-16), precede todos os acordos e desacordos. Tal entendimento não é uma linha de chegada, mas o ponto de partida de toda união. É um “sentimento recíproco e vinculante” – “a vontade real e própria daqueles que se unem”; e é graças a esse entendimento, e somente a esse entendimento, que na comunidade as pessoas “permanecem essencialmente unidas a despeito de todos os fatores que as separam”. Ainda, servindo-nos da ideia de Bauman, a palavra “comunidade” produz uma sensação boa por causa dos significados que carrega: é a segurança em meio à hostilidade.

Talvez seja esse o motivo de as pessoas buscarem no passado o apreço pela comunidade, pelo familiar, pelo local. Como dizem Cicilia Peruzzo e Marcelo Volpato (2009, p. 139-140), é a dinâmica global que interage com a local, criando e recriando identidades globais e locais. Por nos serem próximos o local, a família e a comunidade, tendem a representar segurança e proteção em um mundo aparentemente instável, de proporções globais. Uma vez estruturados com base em harmonia e solidariedade, seriam espaços de abrigo e amparo em meio às turbulências da vida urbana.

Para Ferdinand Tönnies (1995, p. 239), a comunidade tem relação com uma vontade comum à compreensão, ao direito natural, à língua e à concórdia: “aonde quer que os seres humanos estejam ligados de forma orgânica pela vontade e se afirmem reciprocamente, encontra-se alguma espécie de comunidade, em outras palavras, a vida em comunidade baseia-se em relações sociais”.

A partir da vivência social, há um fortalecimento de identidades. Nesse sentido Manuel Castells (2006, p. 79) acredita que as pessoas resistem ao processo de individualização e atomização, tendendo a agrupar-se em organizações comunitárias que, ao longo do tempo, geram um sentimento de pertença e, em última análise, em muitos casos, uma identidade cultural, comunal. Castells (2006, p. 84), ainda, registra que, no mundo atual, as comunidades são construídas a partir de interesses e anseios de seus membros; em todas elas existem objetivos e interesses em comum, bem como a

participação em prol desse objetivo e o sentimento de pertença, oriundo da identidade em questão.

A complexidade da questão, segundo Peruzzo e Volpato (2009, p. 144), advém da impossibilidade de se estabelecerem limites. Nas últimas décadas, entre as formas de mobilização popular no Brasil, encontram-se aquelas de caráter comunitário inovador, capitaneadas por redes de movimentos sociais, associações comunitárias territoriais, associações de ajuda mútua, cooperativas populares, grupos religiosos, grupos étnicos, entre milhares de outras manifestações. Segundo os autores, nesse nível, desenvolvem-se práticas coletivas e de organização comunitária, além de elementos de uma nova cultura política, na qual passa a existir a busca pela justiça social e pela participação do cidadão. Esse tipo de mobilização e articulação popular diferencia-se das concepções tradicionais de comunidade, porque constrói características comunitaristas inovadoras, sem o sentido de perfeição atribuído àquelas, que pode ser percebido na passagem de ações individualistas para ações de interesse coletivo, como constituição de identidades culturais em prol do interesse público e maior conscientização das pessoas sobre a realidade em que estão inseridas.

Explica-se com isso, de acordo com Almeida (2008, p. 121), que o sonho de superação das adversidades vivenciadas no presente e a conseqüente busca de uma realidade considerada ideal é algo que se apresenta com muita intensidade no imaginário popular. Buscando significados e valores que não podem ser expressos na atual cultura dominante, o autor justifica seu raciocínio recorrendo a uma citação de Raymond Williams (1979 *apud* ALMEIDA, 2008, p. 124-129)⁹:

[...] um retorno aos significados e valores criados nas sociedades e nas situações reais do passado, e que ainda parecem ter significação, porque representam áreas de experiência, aspiração e realização humanas que a cultura dominante negligencia, subvaloriza, opõe, reprime ou nem mesmo pode reconhecer.

2.5 O berço da indústria automobilística no Brasil

Almeida (2008, p. 122) conclui que, com o passar dos anos, os moradores do ABC assistiram ao estilhaçamento de todo um conjunto de valores que dava sentido a suas vidas, e – ao se encontrarem em meio a uma realidade capitalista configurada por relações impessoais e de extrema exploração, em que os resultados do progresso são traduzidos negativamente através da deterioração das condições de sobrevivência que se expressam pelo corre-corre, pela poluição sonora e pela degradação ambiental – a bucólica situação da região do começo do século XX apresenta-se como denotação de

⁹ WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979, p. 124-129.

uma contraposição positiva. Nesse sentido, ainda que de forma idealizada ou fantasiosa, as imagens daquela realidade são evocadas como uma alternativa ou oposição à indesejada ordem capitalista predominante e o passado é revisitado como o momento histórico adequado para acalentar as boas recordações ou como o espaço privilegiado para se “sonhar o sonho impossível”.

Pelo exposto anteriormente, independentemente dos prós e contras quanto ao desenvolvimento do município andreense, voltamos nossa atenção para uma situação incontestável. Atualmente, Santo André é uma cidade brasileira localizada na Região Metropolitana de São Paulo, integrando um grupo de municípios conhecidos como Região do Grande ABC. Sua população estimada em 2009 foi de 673.396 habitantes¹⁰. Ocupa uma área de 175 km², o que resulta numa densidade demográfica de 3.816,52 hab/km². No que tange especificamente a nossos estudos, vale ressaltar que, apesar de atentarmos somente às três cidades, são sete os municípios que formam o Grande ABC, incluindo Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra. A região possui mais de 2,5 milhões de habitantes e área territorial de 635 km² (IBGE, 2010). O ABC ficou conhecido como o berço da indústria automobilística no Brasil. O produto interno bruto regional é de aproximadamente R\$80 bilhões, sendo o segundo do Estado de São Paulo e o quarto do PIB Nacional (SP, RJ, DF e Grande ABC)¹¹.

2.6 Trajetória política da administração municipal

Unindo bairros e estreitando caminhos, surgia em meio às ruas movimentadas do novo espaço urbano, o progresso. Com ele o desejo de interagir, como uma nova forma de manifestação social. Junto ao desenvolvimento das indústrias e do comércio, nasciam novos comportamentos, ou seja, novos cidadãos dispostos a participar dos acontecimentos dos órgãos públicos. Nesse contexto, o conceito trabalhado anteriormente sobre comunidade faz-se mais forte. Em consonância com Nelson Fossatti (2006, p. 21), as comunidades reconhecem o papel central dos governos municipais na promoção do progresso econômico e social, implementando políticas públicas eficazes na busca de desenvolvimento autossustentável, capaz de assegurar direitos de cidadania, tais como o acesso a saúde, educação, serviços públicos, moradia, cultura, entre outros.

¹⁰ Estimativas de População (IBGE, 2009).

¹¹ Estimativas da população do Grande ABC e dados do PIB regional e nacional encontrados na página do Consórcio Intermunicipal do Grande ABC. Disponível em: <<http://consorcioabc.sp.gov.br/institucional/municipios-consorciados>>. Acesso em: 14 de março 2012.

Para que os problemas da comunidade possam ser resolvidos, faz-se necessário o órgão público, justifica Fossatti (2006, p. 21), pois, de acordo com Adriana Gonzaga e Ronaldo Rangel (1996, p. 11):

“Os Municípios têm o papel de agrupar num mesmo território cidadãos que mantenham relações comuns de localidade, trabalho e tradições, sendo ainda submetidos ao domínio de um poder local, que tem por função mais rudimentar solucionar os problemas da comunidade e defender seus interesses comuns”.

Nesse sentido, Fossatti (2006, p. 34-35) esclarece que as últimas décadas do século XX foram as que introduziram de forma significativa a necessidade de gestão das relações nos governos locais. Não foi apenas através do texto constitucional de 1988 que o setor público ampliou os espaços de ação junto à comunidade. A Constituição foi resultado de uma consciência cidadã que há muito já ensaiava suas cobranças, exigindo dos agentes públicos maiores responsabilidades e compromissos frente aos objetivos e metas de programa e projetos municipais.

Vale ressaltar, de acordo com Fossatti (2006, p.22), que o município, como entidade político-administrativa, situa-se em terceiro grau, na ordem decrescente da federação brasileira. O exercício de suas atribuições confere-lhe autonomia, atuando igualmente à União e ao Estado, sujeitando-se tão-somente à Constituição Federal, à Constituição Estadual e à Lei Orgânica do Município:

A Constituição de 1988 deu ao Brasil a forma de uma República Federativa, concebendo assim as três esferas públicas: a União, os Estados e Município. Totalizando 27 estados, com seus 5.559 municípios e um Distrito Federal, dos quais 83% têm uma população não superior a 30 mil habitantes (FOSSATTI, 2006).

A configuração dessa nova realidade que começa a desenvolver-se junto ao crescimento das cidades, em especial, Santo André, nos apresenta um cidadão mais consciente. Segundo Fossatti (2006, p. 35), é o cidadão que sabe da importância de participar das discussões de interesse de sua comunidade tendo consciência de sua cobertura nas áreas política e social dos governos locais. A partir dessa nova concepção de civilidade e progresso, parece apropriado destacar, nos primórdios da trajetória municipal, apenas aqueles fatos políticos que, para este trabalho, possuem maior relevância documental.

2.7 Santo André em 1947 elege prefeito comunista (PCB)

Segundo Eduardo Luiz Correia (2004, p. 10-11), por sua situação, Santo André refletia de maneira emblemática a conturbação e efervescência política e econômica do País. Mesmo sem contar com quadros de prestígio nacional (caso de Luís Carlos

Prestes, a maior liderança do País ao lado de Getúlio Vargas), o município paulista produziu os próprios líderes populares, novos atores do jogo político que desbancariam os adversários preparando o terreno para o que seria uma experiência política alternativa inédita. Santo André foi a única que conseguiu eleger um prefeito comunista em 1947, juntamente com uma bancada de 13 vereadores de um total de 31 cadeiras do legislativo municipal. É importante registrar que o candidato comunista eleito em Santo André nas eleições municipais de 1947, Armando Mazzo (marceneiro, líder sindical e ativista comunista) teve sua liderança forjada a partir das bases populares da comunidade local. Assim como vários outros líderes operários e comunistas da região, Mazzo e seus companheiros conquistaram o respeito de seus pares muito mais pelo retrospecto de luta ao lado dos trabalhadores do que propriamente pela defesa dos dogmas da teoria comunista. Ainda, de acordo com o autor:

A militância sindical e as mobilizações em torno de melhores condições de vida digna eram muito mais importantes naqueles dias de carestia do que a pregação um tanto quanto abstrata da ideologia do socialismo. O PCB cresceu na região a partir de um movimento inédito na vida política do País, que era sua estruturação de baixo para cima. Enquanto as demais legendas surgiam por decisões de gabinete, os comunistas tiravam do cotidiano das camadas populares o fôlego necessário na sua corrida ao poder. Estando a imprensa popular a registrar seus passos, sendo por isso também alvo de perseguições e ataques (CORREIA, 2004, p. 11).

Conforme Correia (2004, p. 12), o líder sindical Armando Mazzo, porém, não chegaria a tomar posse. Nem ele nem os companheiros eleitos vereadores. Ainda em 1946, o anticomunista Dutra havia recolocado o PCB novamente na ilegalidade. Os comunistas tentaram ainda criar uma legenda partidária alternativa, sem sucesso, e acabaram por disputar as eleições por outros partidos. Em alguns casos, os eleitos tomaram posse e, mesmo perseguidos, levaram adiante seus mandatos. Em Santo André, manobras jurídicas impediram que os eleitos ocupassem seus cargos mesmo com a vitória assegurada nas urnas. O poder judiciário do País, aliás, foi mais do que mero coadjuvante ao longo de todo o processo de restrição à participação política da esquerda não alinhada ao *establishment*. Como parte integrante da estrutura do Estado, mesmo considerando-se a “independência” dos poderes, a pressão contra o comunismo efetivou-se graças a decisões jurídicas questionáveis, sujeitas aos humores do chefe do Executivo. Se não, como explicar as sucessivas derrotas na Justiça quando estavam em pauta os assuntos relativos aos comunistas e ao PCB?

É o que aponta Fábio Wanderley dos Reis (2000 *apud* CORREIA, 2004, p. 12)¹²: “Como instrumento que é, a administração burocrática pode naturalmente associar-se com o despotismo ou autoritarismo, caso em que ela estará a serviço dos objetivos dos titulares do poder autoritário”. Aqui, o aparato jurídico-burocrático exerceu papel fundamental de legitimação das decisões contra o PCB, minando aos poucos a capacidade de resistência dos militantes da esquerda em se manterem na cena política institucional.

Nesse sentido, Correia (2004, p. 12-13) lembra que, sem a possibilidade de existência legal do PCB, Mazzo e seus companheiros – assim como vários outros comunistas do Estado de São Paulo – infiltraram-se no minúsculo Partido Social Trabalhista (PST), legenda criada para dar sustentação a Dutra no plano nacional. A Justiça Eleitoral, então, acionada pelos conservadores, decidiu pela cassação dos mandatos de comunistas eleitos pelo PST em todo o Estado. Mas o caso do PST foi apenas uma ocorrência, dentre várias outras semelhantes contra a militância de esquerda. Para Santo André, a proibição da posse representou o ápice do processo de perseguição anticomunista, que seria muito mais ampla em nível nacional. Correia (2004, p. 28), relata:

As origens políticas do sindicalismo em São Paulo, mais especificamente em Santo André, não surgiram com o comunismo. Apesar de o Partido Comunista ter-se organizado em Santo André ainda nos primeiros anos da década de 20, foi o movimento anarquista – predominante nas primeiras duas décadas da incipiente industrialização do Brasil – que canalizou para si as insatisfações e reivindicações das camadas proletárias.

Correia (2004, p. 32) amplia sua visão ao justificar que, até o final dos anos 1930, a repressão fez com que não houvesse uma organização ativa dos comunistas no movimento sindical. Na região do ABC, os operários comunistas tocavam suas atividades de forma quase clandestina e sem qualquer coordenação do Partido. A partir da década de 1940, no entanto, tanto a rede de entidades sindicais está mais ampla, quanto a presença comunista em sua direção muito mais efetiva. No meio metalúrgico, por exemplo, o comando do sindicato da categoria passou para as mãos de dois combativos militantes comunistas, Euclides Savietto, como presidente, e Miguel Guillen, da Pirelli, sendo o vice-presidente, dando sequência à gestão de outro comunista, Mario Andreotti, que estava preso na época. Outra liderança comunista, Alberto Zamignani, presidia o sindicato da construção civil e das fábricas de cerâmica. Ainda, de acordo com o autor (2004, p. 33),

¹² REIS, Fábio Wanderley dos. **Weber e a política atual in A atualidade de Max Weber**. Brasília: Universidade de Brasília (UNB), 2000, p. 306.

o arcabouço institucional criado por Vargas para as entidades de classe dos trabalhadores acabaria por ser um aliado dos comunistas nesta fase de estruturação do movimento sindical, que conquistara credibilidade à medida que se utilizava da legislação trabalhista para mediar as relações entre empregadores e operários. ‘Centrando sua agitação na violação da lei pelo empregador, procuraram cooptar o Estado como aliado, a fim de proteger suas tentativas de organização. Assim, esse conflito muito desigual entre empregadores e empregados poderia ser apresentado como um conflito entre industriais fora da lei e a soberania e supremacia do governo, suas leis e o poder judiciário.

2.8 A organização do PTB

Nessa altura, os comunistas ocupavam uma parte importante na estrutura sindical. Para Correia (2004, p. 33), a outra ficava nas mãos daqueles ligados ao regime, que se organizaram em torno do PTB varguista. Foi a maneira pela qual Vargas fez face aos comunistas nos centros industriais e criou a própria base político-partidária. Era, aliás, um suporte bastante razoável em termos eleitorais. Em 1945, as estatísticas oficiais indicavam a existência de 873 sindicatos legalmente reconhecidos, com cerca de 475 mil filiados. Em 1946, os números de trabalhadores vinculados a suas entidades de classe saltariam para 797.691 no País.

Nesse sentido, Correia (2004, p. 34) lembra que o PTB, que sob as articulações do ministro de Trabalho Marcondes Filho envolveu-se profundamente no movimento *queremista*⁵, dividiu-se com a queda de Vargas.

Alguns defendiam o apoio a Dutra; outros, privados de seu líder, foram atraídos pela militância do Partido Comunista; outros, ainda, perderam interesse pela disputa presidencial e concentraram-se no apoio a Vargas nas eleições para tantos postos no Congresso quanto possível, esperando com isso avolumar a impressionante votação total para o presidente deposto (SKIDMORE, 1982 *apud* CORREIA, 2004, p. 83).⁶

Foi nessa época que os trabalhadores criaram o MUT (Movimento Unificador dos Trabalhadores), com predominância comunista, cujo papel mobilizador nos atos do *queremismo* foi central. Prestes justificava a aliança com Vargas por acreditar que os avanços obtidos pelo Partido Comunista – legalização da legenda, anistia aos presos políticos, retorno das relações com a URSS – eram iniciativas pessoais do ex-ditador, a despeito da participação reacionária da ala fascista instalada no Governo Federal.

⁵ *Queremismo* é a maneira de exprimir um movimento histórico de cunho político ocorrido em maio de 1945 que visava defender a permanência de Getúlio Vargas na Presidência da República. A palavra surgiu a partir do *slogan* utilizado pelo movimento “Queremos Getúlio”. Significava a convocação da Assembleia Nacional Constituinte, o adiamento das eleições presidenciais e o lançamento da candidatura de Vargas.

⁶ SKIDMORE, Thomas E. **Brasil: de Getúlio Vargas a Castelo Branco (1930-1964)**. 7. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

Correia (2004, p. 34) ainda lembra que, em contraposição às articulações em torno das agremiações políticas que buscavam apoio nas massas operárias, as elites tratavam de organizar-se para o enfrentamento político-eleitoral. Num movimento de cima para baixo, sob coordenação do “governador” Valadares, de Minas Gerais, estrutura-se o PSD, que apoiaria Dutra, sob as bênçãos de Getúlio Vargas. O PSD nascera do sistema de interventorias criado no Estado Novo. Em Santo André, a situação da legenda não seria diferente. Seu presidente de honra era o prefeito nomeado Carvalho Sobrinho, que, ao lado de Alfredo Fláquer, comandava o partido governista. Já os segmentos da elite que ficaram de fora na repartição do poder no processo de nomeações das interventorias reuniram-se em torno da UDN.

2.9 O fim do comunismo

A partir desse breve levantamento, Correia (2004, p. 141) finaliza declarando que, assim como os comunistas acabaram excluídos do jogo político, a imprensa de esquerda teve seu discurso suprimido da arena dos embates ideológicos. Foram, portanto, várias as frentes pelas quais a repressão coibiu o que era o surgimento de uma hegemonia alternativa de poder. No caso da cidade de Santo André, impediu a execução de uma proposta de gestão pública até então inédita, conduzida por um grupo político egresso diretamente das classes populares, sem intermediários ou mediações. Experiência que, mesmo sem saber quais resultados adviriam dela, nasceria marcada por seu aspecto singular e até então único, e que, justa e legítima, mereceria um destino diferente do que teve.

Silva (1991, p. 33) conta que, na década de 1960, Santo André era um dos maiores municípios brasileiros e o maior do Grande ABC. Sua população havia crescido, em dez anos, mais de cem por cento, passando de 97.444 para 230.196 habitantes em 1960¹³. A cidade, por essa época, já havia perdido seus ares interioranos e fora inscrita no grande polo da indústria automobilística, que atraía contingentes de mão de obra de todas as partes e em quantidade inesperada. A expansão urbana transformou praticamente a cidade em subúrbio da capital. Apesar de contínuos redimensionamentos, os órgãos públicos rapidamente se tornam insuficientes para atender à demanda da população. Crescem os orçamentos; crescem as necessidades.

A energização dos conflitos políticos e sociais dos anos 1960 atinge fortemente a cidade. Silva (1991, p. 34) entende que a crescente participação da classe estudantil, o envolvimento dos próprios sindicatos em algumas atividades, o desenvolvimento de

¹³ Nossas Cidades. Realidade: São Paulo, edição especial, maio de 1973.

uma imprensa local e um maior intercâmbio com a capital revelam um novo público, assim como novos objetivos. Muitas atividades vêm marcadas pela urgência em revelar a realidade brasileira, especialmente seus aspectos mais contraditórios – pobreza e riqueza, participação e alienação, imobilismo e mudança –, integrando grupos e pessoas de diversas áreas numa tarefa comum, em que papéis, preferências e tradições são postos de lado em favor de um comprometimento em favor do compromisso político.

Gaiarsa (1991, p. 292) reforça a ideia de que a história sindical do ABC já conta com um historiador. Trata-se do operário Armando Mazza, que nos idos de 1948 conseguiu sufrágios suficientes para eleger-se prefeito de Santo André pela legenda do Partido Comunista, mas foi destituído pela Justiça Eleitoral, juntamente com a bancada majoritária do PC do Brasil. Sob o ponto de vista histórico, vale como fato incontestável. O mandato de prefeito foi transferido para o Prefeito Antonio Fláquer. Outro fato importante de Santo André ocorreu em maio de 1979 e abril de 1980, os trabalhadores metalúrgicos do ABC promoveram greves às quais aderiram todos da “categoria”. Por essa razão, Gaiarsa (1991, p. 293) destaca que o vulto do movimento foi tão intenso que, de certa forma, contribuiu para tornar conhecido todo o ABC, tanto dentro de nossas fronteiras quanto no exterior.

2.10 Nasce o PT

Nesse contexto, Almeida (2008, p. 260-261) diz que as iniciativas que surgiram primeiramente na região do ABC, objetivando a criação de um novo partido político que representasse os interesses dos trabalhadores, também estavam vinculadas ao conjunto das lutas desencadeadas a partir da segunda metade da década de 1970 e expressaram uma nova hegemonia política forjada na experiência concretamente vivenciada por aqueles trabalhadores. Os embates travados no plano sindical frente ao governo e ao setor patronal, além das reais conquistas materiais e do significado político que representavam numa conjuntura repleta de adversidades, foram também o ponto de referência fundamental para que os próprios trabalhadores percebessem os limites dessa trincheira de lutas e saíssem a campo em busca de uma aglutinação mais ampla.

Nascia assim, em 10 de fevereiro de 1980, o Partido dos Trabalhadores (PT), que justificava seu movimento em três palavras: Trabalho, Terra e Liberdade! Segundo Almeida (2008, p. 261), para essas novas lideranças de trabalhadores, o elemento básico suscitador da ideia de construção de um partido político fora antes a própria realidade por eles vivenciada, assim, era natural que almejassem algo diferente dos modelos preexistentes. Nesse sentido, o Movimento Democrático Brasileiro (MDB),

transformado posteriormente em Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), embora se tratasse de uma frente que congregava diversos setores de oposição ao governo militar, ainda assim era visto com muita desconfiança, pelos idealizadores do PT.

O novo partido foi se consolidando no país como proposta autônoma e, enfrentando a Lei Orgânica dos Partidos, conseguiu legalizar-se. Uma etapa importante aconteceu em 1982, quando o PT participa pela primeira vez, com candidaturas próprias, de eleições para todos os níveis. O PT obteve 1,46 milhões de votos (3,1%) e conquistou as primeiras prefeituras, em Diadema, no Grande ABC, e em Santa Quitéria, no Maranhão. Elegeu oito deputados federais e treze estaduais¹⁴.

2.11 Os prefeitos

Nesse ano, surgiram os personagens e, conseqüentemente, os partidos políticos que nos inspiraram a estudar a trajetória política de Santo André: o administrador de empresas Celso Daniel, candidato a prefeito pela primeira vez pelo PT, e o médico Newton Brandão, que já havia sido prefeito do município de 1968 a 1972 e agora candidato pela terceira vez pelo PTB.

Gaiarsa (1991, p. 105) diz que as perspectivas não eram idênticas às das eleições anteriores, nas quais o MDB superara as expectativas dos próprios dirigentes. Com a “abertura”, as novas agremiações foram reestruturadas, fazendo supor que parte substancial do contingente eleitoral sofreria dispersão com a admissão de várias legendas. Após as convenções, falava-se abertamente que, em Santo André, os candidatos do PMDB não possuíam o mesmo carisma anterior e dificilmente poderiam absorver a mesma votação do candidato vitorioso no pleito anterior, o de 1976. Brandão, cuja campanha persistente desde 1976, não esmorecera, tendo tempo e oportunidade de divulgar sua candidatura por todas as camadas sociais. Naquele pleito, adotando a legenda situacionista, enfrentou um eleitorado arredio e condicionado à propaganda intensa “contra o governo”. Além do mais, a aceitação de um PTB moderado já não afastava a leva de eleitores considerados conservadores, como a classe média. Os simpatizantes de Newton Brandão tinham como certa a adesão dos 77 mil que o haviam apoiado no pleito precedente. Todos os fatores somados apresentavam indícios de que o resultado seria propício ao candidato lançado pelos petebistas de Santo André.

¹⁴ O PT faz história. Publicação da Secretaria Nacional de Formação Política e da Fundação Perseu Abramo, 1. ed. Dez/2001. p.12-15.

Gaiarsa (1991, p. 105-106) ressalta que estavam inscritos 308.606 eleitores, o maior colégio eleitoral entre as demais cidades do Estado de São Paulo. Um total de 821 urnas, distribuídas por todos os bairros, aguardando a data de 15 de novembro de 1982. Os resultados finais confirmaram as perspectivas, com pequenas oscilações que não influíram na contagem final. Os totais foram:

ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 1982¹⁵		
Votos	Candidatos	Partido
102.461	Newton da Costa Brandão	PTB
80.763	Celso Daniel	PT
67.287	Candidato	PMDB
15.400	Candidato	PDS
2.979	Candidato	PDT
267.787	Total de votos válidos	

Fonte: Livro *Santo André: ontem, hoje, amanhã*⁷.

Para Gaiarsa (1991, p. 106), Brandão surpreendeu seus adversários. O PMDB foi inferiorizado, contra a expectativa de seus mentores locais. Fato que ensina lições valiosas aos que se dedicam a análises dos vários pleitos de Santo André.

A variabilidade presente pode ser associada a uma frase da cientista política Maria Teresa Sadeck, que produziu uma tese de mestrado sobre a estrutura partidária e o processo eleitoral da região, no período de 1966 a 1982. Uma de suas conclusões merece destaque por tratar-se de um estudo antigo que apresenta muitas características do momento atual, principalmente, quando Sadeck afirma: “O velho clientelismo e o personalismo dos líderes políticos, ao contrário de outras regiões do Estado, são fenômenos incapazes de determinar o ritmo da política local” (SADECK, *apud* GAIARSA, 1991, p. 106). Essa avaliação exemplifica o que é democracia, ou demonstra o desejo de mudança que surgiu nos municípios.

Almeida (2008, p. 267) conta que, quanto ao desempenho eleitoral dos petistas especificamente no ABC, desde 1982, quando pela primeira vez o partido tomou parte em uma disputa do gênero, ficou claro seu potencial na região. Seu candidato à prefeitura de Santo André obteve 26% da preferência do eleitorado, ficando atrás apenas do primeiro colocado por uma pequena margem de 7% de votos, e elegeu a segunda maior bancada de vereadores da região, passando a contar com 28 representantes distribuídos em seis das sete câmaras municipais locais.

¹⁵ GAIARSA, Octaviano A. **Santo André: ontem, hoje, amanhã**. São Paulo: Prefeitura Municipal de Santo André, 1991, p.106.

De um pleito para outro, os candidatos parecem contrariar os resultados e, em 1988, o candidato Celso Daniel conquista os votos de diversas classes sociais, pondo em segundo lugar o candidato opositor do PTB. Segundo Gaiarsa (1991, p. 107), com Celso Daniel frente à gestão municipal, a edilidade andreense demonstra modificações no âmbito político, em termos de representação. O fenômeno da “deselitização” processa-se com a consagração de cidadãos oriundos das “camadas populares” participando da administração pública.

Ainda para Almeida (2008, p. 268-269), o feito mais notável do PT, no ABC, ocorreu no ano de 1988, quando o partido ocupou três das sete prefeituras locais, dentre elas as de Santo André e São Bernardo do Campo, os dois centros urbanos de maior importância regional. É fato que, nas eleições municipais de 1992, o PT sofreu várias derrotas na região perdendo duas das prefeituras anteriormente conquistadas, inclusive Santo André, e mantendo apenas uma. Mesmo assim, foi o partido que conseguiu eleger a maior bancada de vereadores do ABC, superando inclusive o vitorioso Partido Trabalhista Brasileiro (PTB).

Vale lembrar, de acordo com Almeida (2008, p. 272-273), que profundas mudanças, envolvendo os setores de esquerda da região do ABC, trouxeram como consequência um visível deslocamento de um eixo hegemônico fundado na ortodoxa vanguardista do PCB para uma nova proposta petista. A prevalência e a cristalização de determinadas posturas entre seus militantes os conduziram a um anacronismo político de difícil solução. Aprisionados no próprio discurso, os pecebistas não conseguiram apreender adequadamente a nova realidade brasileira e não souberam, como no passado, traduzir em ações os anseios e aspirações dos trabalhadores, sendo, assim, atropelados pela história.

2.12 PTB e PT com seus mandatos consecutivos

O processo de democratização e abertura política no país tomou forma na região. Almeida (2008, p. 273-274) acredita que várias concepções políticas e teóricas foram adotadas, entre elas até mesmo uma tênue rejeição ao pensamento mais sistematizado, cabendo reconhecer também que nenhuma teve mais êxito e receptividade do que a valorização da participação das bases nos processos decisórios. Foi isso que prevaleceu tanto na nova proposta sindical como nos diversos movimentos populares que emergiram na região no final dos anos 1970. Como a própria construção do PT tinha como referência esses dois tipos de movimentos, tendo neles seu principal ponto de

apoio e sustentação, seria natural que os militantes desses movimentos traduzissem no PT seus anseios e aspirações na forma de uma proposta político-partidária.

Nesse sentido, para o expressivo segmento de trabalhadores do ABC, que de alguma forma se relacionava com as duas lutas travadas naqueles movimentos, o PT significou, em especial, uma possibilidade de concretização dessas lutas num plano político-institucional. Encontra-se aí um dos principais motivos para seu rápido crescimento; em razão de sua consolidação e expressividade entre aqueles que, a partir de então, compunham as esquerdas e os setores progressistas da região.

Feita essa abordagem geral da trajetória política da administração municipal, procuramos refletir sobre as atividades desenvolvidas na área comunicacional da cidade andreense, nos últimos anos. Ao discutir as origens desse propalado progresso regional, entendemos que dos seus 459 anos (em 2012), doze anos consecutivos (01/01/1997 a 31/12/2008) foram administrados pelo Partido dos Trabalhadores (PT). Primeiro com Celso Daniel, em seguida com João Avamileno.

A sequência administrativa do PT em Santo André coincidiu com o início da permissão de reeleição para cargos do Poder Executivo no Brasil, que entrou em vigência no país em 1998, após a aprovação da emenda constitucional nº 16, de 4 de julho de 1997.

O fim dessa “era” ocorreu em outubro de 2008, após o encerramento das eleições municipais para o ano de 2009, momento que descende de quase duas décadas de um processo político, visto que o prefeito antecessor a Celso Daniel foi Newton Brandão¹⁶, que administrou a cidade de 01/01/1993 a 31/12/1996; coincidentemente pelo mesmo partido que venceu a eleição de 2008, o PTB.

PREFEITOS E MANDATOS¹⁷		
Período	Prefeito	Partido
1969/1973	Newton da Costa Brandão	PTB
1983/1988	Newton da Costa Brandão	PTB
1989/1992	Celso Daniel	PT
1993/1996	Newton da Costa Brandão	PTB
1997/2000	Celso Daniel	PT
2001/2002	Celso Daniel	PT
2002/2008	João Avamileno	PT
2009/2012	Aidan Ravin	PTB

Fonte: Blog da cidade de Santo André⁹.

¹⁶ Em 2008, Newton Brandão, candidatou-se novamente a prefeito, mas dessa vez pelo Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), porém foi derrotado por Aidan Ravin (PTB).

¹⁷ Blog da cidade de Santo André. *Os Prefeitos*. Disponível em: <<http://www.augus54.wordpress.com/os-prefeitos/>>. Acesso em: 26 out. 2011.

Do ponto de vista epistemológico, defrontamo-nos com uma realidade um tanto curiosa, visto que, de 1983 até hoje, Santo André foi administrada, praticamente, por apenas dois partidos políticos: o PTB, com Newton Brandão e atualmente Aidan Ravin, e o PT, com Celso Daniel e depois João Avamileno. Vale lembrar que, além dos primórdios da década de 1980, Newton Brandão também foi prefeito em 1969 a 1973.

Naquele momento sabíamos que estávamos diante de um marco histórico, para nós, visto que o legado petista, que já durava mais de uma década na cidade, havia chegado ao final. Ao estudar as trocas de equipes de dois partidos políticos diferentes, também, procurou-se compreender se houve uma nova forma de comunicação interna e externa.

Vale lembrar que nosso interesse surgiu justamente porque o prefeito é o principal administrador dos serviços públicos diretamente fornecidos à população. É o ator político mais fácil de ser identificado como o responsável pela sujeira ou buracos das ruas, pelo bom funcionamento do transporte coletivo ou pela carência de vagas nas escolas da rede pública. Seu desempenho pode ser observado pelo eleitor com mais facilidade do que o do Presidente da República, por exemplo, que atua com assuntos muito mais complexos, como a política externa, economia, ou seja, não tem responsabilidade direta pela gestão de políticas públicas.

Castells e Borja (1996, p. 161) defendem que não é mais possível ter uma definição universal sobre o papel dos governos locais, sendo necessário o estabelecimento das competências e funções municipais segundo alguns critérios, tais como a proximidade na relação com a população; a capacidade na gestão de recursos políticos, sociais, econômicos e técnicos; a associação com outros níveis da administração pública e com agentes privados; e o atendimento das demandas sociais requeridas pela população. A conclusão é pela diversidade: as cidades são e devem ser diferentes nas suas competências.

Os autores ainda destacam que os três elementos nos quais se baseia o governo local – população, território e organização – não mais estruturam funcionalmente as grandes cidades. Estas se definem por sua centralidade na estruturação funcional de um espaço regional descontínuo e assimétrico, “e o governo local deve estabelecer funções para uma população e um território que vão além do que lhe corresponde histórica e legalmente” (CASTELLS e BORJA, 1996, p. 159).

Entretanto a demanda do poder local está rapidamente emergindo para tornar-se uma das questões fundamentais da sociedade. Portanto envolve pontos básicos de como a sociedade decide seu destino, constrói sua transformação e se democratiza. Quando as

decisões são tomadas muito distantes do cidadão, dizem muito pouco a sua realidade e necessidades. Assim, a dramática centralização do poder político e econômico, que define a atual forma de organização como sociedade, leva, em última instância, a um divórcio profundo entre as necessidades e o conteúdo das decisões sobre o desenvolvimento econômico e social (DOWBOR, 1993).

Optamos por analisar a cidade de Santo André que vinha sendo administrada, praticamente, há doze anos pelo mesmo partido político, o PT – Partido dos Trabalhadores porque acreditávamos que a população já tinha se acostumado, ou já estava acomodada com a administração petista, quando no último minuto, o resultado das urnas eleitorais, em outubro, de 2008 trouxe outra resposta: a população queria inovar, esperava por mudanças, ansiava pelo novo.

2.13 Consciência política e cidadania

Neste novo cenário mundial, que apresenta um movimento dinâmico de globalização no qual tudo muda o tempo todo, no mesmo momento em que surgem – além de novas fronteiras geográficas, econômicas e sociais – crescentes conflitos religiosos e culturais, também se forma o exercício da prática da consciência política e cidadã nos indivíduos, que, nas últimas décadas, igualmente se encontram em constantes mudanças de comportamento. Para compreender o hoje nós entendemos que se faz necessário toda uma pesquisa de momentos históricos políticos que marcaram a cidade de Santo André e o ABC Paulista. Por isso, selecionamos e analisamos alguns desses marcos, os quais acreditamos, importantes para compreender melhor nosso objeto de estudo.

Apesar de toda essa nova configuração, constata-se uma carência de estudos mais sistematizados sobre o papel da comunicação na troca de dirigentes municipais. É evidente a importância da comunicação para uma consciência política, no entanto na sociedade global vigente esse conceito tem um longo caminho a percorrer. Kunsch (2007, p. 135) destaca que “a dimensão pública ainda não é uma realidade assumida pelos cidadãos e pelas instituições e organizações no curso de suas ações diárias”.

O termo assemelha-se ao usado por Castells (1999, p. 505) para definir, resumidamente, o novo modelo de sociedade: “(...) é o começo de uma nova existência e, sem dúvida, o início de uma nova era, a era da informação, marcada pela autonomia da cultura *vis-à-vis* as bases materiais de nossa existência”.

Quando trabalhamos essa ideia no Brasil, temos noção de que, ainda, são poucos os indivíduos brasileiros que vêm se tornando participativos nas questões das políticas

públicas e sociais do país. Diga-se de passagem que, se levarmos em conta o número de habitantes residentes no Brasil, os que se preocupam, de fato, com o assunto são uma parcela bem pequena da população.

Contudo, de maneira direta ou indireta, atualmente, há uma busca constante por mudanças, renovação, em outras palavras, a população anseia por viver com segurança, priorizando a qualidade de vida para si e seus familiares em meio ao caos da vida moderna. A partir desse desejo, muitas pessoas começaram a notar que tal acontecimento só poderá concretizar-se se elas mesmas tomarem algumas atitudes, como participar mais ativamente das questões políticas do país, ou, no mínimo, dos acontecimentos políticos de seus municípios.

Sabe-se que no Brasil, ainda, é muito comum a falta de interesse pela política, mesmo que tudo a nosso redor seja política. Afinal, para vivermos em sociedade, adotamos uma prática política de convívio, assim como ocorre no trabalho, em casa e em todos os lugares em que estamos. Podemos dizer que aos poucos, bem aos poucos, há um fortalecimento dessa conscientização política e cidadã.

Para melhor compreendermos essa questão, Peruzzo (2007, p. 178-179) acredita que internacionalmente o direito de cidadania diz respeito à nacionalidade: o direito de pertencer a uma nação. Para além dessa noção, cidadania incorpora a garantia de se ter: a) proteção legal – na perspectiva da igualdade, como a de que todos são iguais perante a lei; b) o direito de locomover-se – ir de um lugar para outro livremente; c) participação política – votar e ser votado, interferir na vida política; d) direito de expressão.

Abranches¹⁸ (1985, *apud* PERUZZO, 2007) ressalta que, em sua essência, a cidadania funda-se em concepções de sociedade, e como tal, são concepções que orientam a cidadania. Na concepção liberal há uma individualização da cidadania e a separação entre as esferas pública e privada. O que conta é o indivíduo, os direitos da pessoa individualmente. A busca central é a satisfação do interesse próprio, particular. O modelo liberal,

desaconselha a ação social e política, com base na concepção de que apenas a ação econômica privada pode conduzir ao bem-estar coletivo. A personalidade do cidadão era absorvida pela ‘personalidade’ do produtor e trocador de mercadorias (ABRANCHES, 1985, p. 9 *apud* PERUZZO, 2007, p. 179).

Abranches (1985, *apud* PERUZZO, 2007) avaliza a concepção de cidadania desenvolvida por Rousseau, no século XVIII, que é originada da noção grega de “polis”

¹⁸ ABRANCHES, Sérgio H. **Nem cidadãos sem seres livres: o dilema político do indivíduo na ordem liberal-democrática.** Dados, Revista de Ciências Sociais. Rio de Janeiro: IUPERJ, 1985.

(cidade) e derivada de “politikos” (político = ser social). Nessa perspectiva, a cidadania é vista como um direito coletivo, que, favorecendo o desenvolvimento da individualidade, pressupõe a ação política e sua socialização. Tendo como suporte uma legislação que procura levar em conta os princípios de *igualdade* e de *liberdade*, ela implica não só direitos do indivíduo, mas também seus deveres na sociedade.

A ‘poli’ integralmente constituída correspondia a uma sociedade politizada, na qual a esfera pública ocupava um território mais amplo nas vidas dos cidadãos e estava situada num plano muito mais elevado de importância do que os assuntos privados dos indivíduos. [...] A ‘polis’ baseava-se na ação coletiva, portanto, na liberdade coletiva. A cidadania refletia a integração do indivíduo à coletividade política (ABRANCHES, 1985, p. 9 *apud* PERUZZO, 2007, p. 179).

Para além dessa noção, Hannah Arendt (2004, p. 31) nos conduz à reflexão sobre a capacidade única de o homem ser uma pessoa ativa, capaz de influenciar no viver da coletividade. Todos os momentos da história contaram com a participação desse ator, o cidadão. É preciso considerar ainda que a cidadania é algo construído no cotidiano dos seres humanos e que, se não nos educamos, pensamos e refletimos, somos facilmente manipulados.

Há que se levar em conta que uma das formas de manipulação mais comuns, que ocorre em épocas de processo eleitoral, é abrir mão do direito de participar do exercício do poder político, em outras palavras, abrir mão do direito de votar. O voto faz com que o indivíduo possa exercer o direito a cidadania. Peruzzo (2007, p. 182) ressalta que cidadania é sempre uma conquista do povo e a ampliação dos direitos de cidadania depende da “capacidade política dos cidadãos”, da qualidade participativa desenvolvida, enfim, cidadania não se encerra em suas dimensões da liberdade individual e participação política, mas inclui os direitos sociais coletivos.

Assim, cidadania é mais que uma manifestação política e a prática mostra que isso não é suficiente para que ela seja compreendida. “A questão está, de um lado, na cidadania como direito e, de outro, na incapacitação política dos cidadãos, em razão do grau de domínio dos recursos sociais e de acesso a eles” (BARBALET¹⁹, 1989, p. 11-12 *apud* PERUZZO, 2007, p. 180).

Por fim, ter consciência dos direitos de cidadania ajuda a compreender melhor esse novo modelo de sociedade, no qual estamos inseridos e vivenciando transformações instantâneas e ilimitadas. Enquanto cidadãos cientes de direitos e deveres, podemos fazer valer nossa participação nos órgãos de representação local e nacional. Além disso, essa consciência cidadã auxilia a mover a cultura, a construir e

¹⁹ BARBALET, J. M. **A cidadania**. Lisboa: Estampa, 1989. p. 11-12.

reconstruir valores em prol do desenvolvimento social. Vale lembrar que toda conquista que vem junto com a cidadania só é possível se a população apenas praticar um ato político consciente: o voto! Não se pode deixar de mencionar que, se na prática cotidiana as pessoas exercessem esse poder, talvez, aqui, não pareceria tão utópico esse conceito. Entretanto, tem que ficar claro: cidadania vai mais além do direito ao voto!

Torquato (2002, p. 26) discorre sobre outro tipo de poder, que vem ao encontro da reflexão acerca do contexto comunicacional desta nova sociedade: o poder expressivo. “Se o poder é a capacidade de uma pessoa influenciar outra, para que esta aceite as razões da primeira, isso se dá, inicialmente, por força da argumentação. Ocorre uma relação de poder pela força da comunicação”.

Faz-se necessário resgatar a importância de participar do exercício do poder político, entretanto nosso estudo não tem a pretensão de aprofundar a discussão sobre “o poder do voto”, visto que esse tema rende assunto para outra pesquisa. O que realmente pretendemos discutir aqui é o fato de que só por meio do voto é possível haver a troca de gestores públicos, em nosso caso, o prefeito.

Sendo assim, no terceiro capítulo exploraremos a importância da assessoria de imprensa na troca de dirigentes municipais, o valor que a comunicação recebe dos gestores de ambos partidos pesquisados e analisamos diversas questões que levantamos junto a nossos entrevistados para mapear o objeto estudado, por meio da pesquisa explicativa com abordagem qualitativa.

3º CAPÍTULO

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DA COMUNICAÇÃO NA TROCA DE DIRIGENTES MUNICIPAIS

“Nada no mundo é tão instável e frágil quanto a fama de um poder que não se firma em suas próprias forças.”
Nicolau Maquiavel

3.1 A atuação da assessoria de comunicação no processo transitório

Em anos eleitorais, a busca pelo novo é muito observada nos eleitores e os candidatos oferecem um cardápio completo de planos de governo inovadores, com diversos projetos que venham atender às necessidades da população, como se administrar uma cidade, por exemplo, fosse a coisa mais simples do mundo.

A cidade, segundo Duhl²⁰ (1963 *apud* WESTPHAL, 2000, p. 42), pode ser entendida como uma estrutura geográfica na qual se vive e se trabalha. Pode também ser vista como uma entidade administrativa, ou como uma estrutura social e comunitária. Nela diferentes sistemas interagem, buscando o equilíbrio urbano em meio a conflitos de poder e de relações.

Para Castells e Borja²¹ (1996, p. 45 *apud* WESTPHAL, 2000, p. 42), cada vez mais as cidades vêm assumindo o papel de atores sociais, uma vez que os cidadãos que nela habitam ocupam um espaço simbiótico e organizam-se sob um poder político como sociedade civil. Ocupam também um espaço simbólico, que integra seus habitantes culturalmente, possibilitando a formação de uma identidade coletiva, que dinamiza as relações, convertendo a cidade ainda em um espaço que responde a objetivos econômicos, políticos e culturais de nossa época.

A partir desses questionamentos, a questão ética e a responsabilidade social dos órgãos públicos no mundo contemporâneo passam a ser algo que deve ser considerado como uma filosofia de gestão. Toda administração pública é regida por leis que têm como objetivo um maior controle sobre os atos praticados pelos indivíduos públicos; e quanto maior a amplitude de algo a ser controlado, maior será a dificuldade desse controle: com a administração pública isso não é diferente. Assim, Diocésar C. Souza, Marcos R. Kühl e Roberto R. M. Ribeiro (2006, p. 4) acreditam que, da mesma forma que pessoas e empresas necessitam do controle para evitar sua insolvência ou falência, com muito mais razão o ente público, pois este trata de gerir recursos da sociedade em

²⁰ DUHL, L. *The Urban Conditions: People and policy in the metropolis*. New York: Simon & Schuster, 1963.

²¹ CASTELLS, M.; BORJA, J. *As cidades como atores políticos*. São Paulo: Novos Estudos, 1996.

prol do bem da coletividade. Para que não ocorra um descompasso no controle organizacional, os autores sugerem que deve haver um conjunto de procedimentos para garantir os resultados e prevenir eventuais desvios ou inobservância de leis.

No terreno do discurso, Souza, Kühl e Ribeiro (2006, p. 4) lembram que cada município brasileiro conta com um administrador e responsável direto, que é o Prefeito, além de um número significativo de vereadores, assessores e uma gama bastante variada de funcionários públicos que vivem exatamente em função da administração pública, todos com sua devida importância. Todos têm o dever de direcionar suas metodologias e ações para a tomada de decisões, já que todos os municípios estão sujeitos às mesmas leis, e dentre elas a principal, ou seja, a Constituição Federal.

A Carta Magna em seu Art. nº 37 determina que as administrações públicas sejam regidas pelo princípio da eficiência. Entende-se por eficiência, toda ação que resulte em atingir corretamente seus objetivos e que atenda os tópicos especificados quando da origem de sua ação. Além da eficiência esse artigo da Constituição Federal ainda ressalta que a administração pública deve ter outras qualidades como: a legalidade, a impessoalidade, a moralidade e a publicidade (SOUZA, KÜHL e RIBEIRO, 2006, p. 4).

Souza, Kühl e Ribeiro (2006, p. 5) também alertam que, se os atos emanados pelo administrador público reunissem todos esses cinco princípios, não haveria necessidade de controlar suas ações, pois, se todas as medidas fossem “legais”, ou seja, em conformidade com a legislação vigente, se também fossem “impessoais”, isto é, não havendo favoritismos, se ainda fossem “morais” e tivessem seu devido conhecimento “público” e se, por fim, fossem “eficientes” e atingissem seus objetivos, sem sombra de dúvida que não existiriam questionamentos quanto ao direcionamento ou utilização desses recursos, que são de toda sociedade.

De acordo com Elisabete Siqueira e Valéria Spers (2001, p. 159), o administrador ocupa, cada vez mais, um lugar social em que a reconciliação entre produtividade e bem-estar social é urgente. As autoras acreditam que a aptidão do administrador em gerir processos organizacionais deve ir além da racionalidade técnica e balizar-se por um compromisso social de construção, cujo norte seja a ética de uma vida melhor para todos.

Cabe retomar uma afirmação de Souza, Kühl e Ribeiro (2006, p. 5), que concluem que somente idealizar leis não é o suficiente, o trabalho mais árduo e rígido é colocá-las em prática, fazer com que elas aconteçam e atinjam os propósitos esperados e pelos quais foram criadas. A maior dificuldade reside em mudar conceitos que desde há

muito tempo estão arraigados na mente dos dirigentes públicos, uma tarefa gigantesca e que parece ser inatingível.

Resgatamos, novamente, a questão de “mudar conceitos”, talvez na época das eleições municipais, os indivíduos esperem uma quebra de paradigmas. Por que não? Quem sabe a troca de dirigentes municipais possa ofertar melhorias tanto aos munícipes quanto à população? E como fica o papel da comunicação no processo de transição de gestão? Nesse contexto, há que se pensar e ressaltar o papel da comunicação, afinal esta área é a que mais apresenta mudanças dinâmicas e significativas para a história contemporânea, em outras palavras, é a área que serve de exemplo geral, por trazer novos paradigmas no processo comunicacional. A configuração dessa realidade faz Armand e Michèle Mattelart (2000, p. 170), abordarem a amplitude do novo paradigma do setor público que interfere no espaço da comunicação:

[...] essas novas redes sociais passam a fazer parte do debate sobre possibilidade de um espaço público em escala planetária. Em todas as latitudes, a problemática da transformação do espaço público, nacional e internacional, tende, aliás, a ocupar lugar de destaque nas abordagens críticas inspiradas pela sociologia, pela ciência política e pela economia política.

Muitas são as possibilidades comunicacionais na nova sociedade informacional. Castells (1999), por exemplo, propõe vincular as políticas e planos de ação das organizações sejam elas públicas ou privadas, porém a harmonia de linguagens mencionada por Torquato (2002, p. 84), precisa ser trabalhada e analisada para que determinadas estratégias venham a prospectar cenários, montar diagnósticos, enfim avaliar novos métodos de atuação de, quem sabe, um novo assessor de imprensa que assiste à nova era.

Na sociedade informacional sugerida por Castells (1999, p. 497-499), a mídia constitui o grande *reverberador* das crises organizacionais, campo social no qual os interesses tornam-se visíveis na batalha pela conquista do apoio da opinião pública.

Neste novo modelo de sociedade, a rapidez e a abrangência ilimitada de difusão de informação eliminaram os intervalos de tempo entre o momento dos acontecimentos e sua divulgação. O ambiente de difusão das notícias está mudando como num piscar de olhos. Para Mamou (1992, p. 13), “a diferença entre o momento em que o acontecimento se produz e o de quando ele é difundido tende a se anular”. Cabe ressaltar, ainda de acordo com Castells (1999, p. 498), que a própria organização se estrutura em uma lógica de redes, concretizando a economia informacional, pois “fora das redes, a sobrevivência ficará cada vez mais difícil às organizações”.

Neste contexto, discute-se o papel das instituições frente a um cenário em que imperam a instantaneidade e a abrangência. Afinal, “as organizações que se estruturam como redes hiperconectadas internamente e com o ambiente, a visão de comunicação tende a mudar de mero instrumento e recurso para ser a essência da organização” (CURVELLO, 2002, p. 134).

O caso é que estas organizações só existem porque uma rede de comunicação viabiliza a construção de sua identidade. Daí a importância de entender a representação política, no nosso caso, regional e cabe à assessoria de imprensa perceber e dirigir a comunicação governamental de acordo com as transições de gestão ou não.

3.2 A pesquisa

Antes de adentrarmos as análises de nossas pesquisas, relembramos que nos propusemos a analisar como foi a comunicação na troca de dirigentes municipais na cidade de Santo André, na eleição de 2008-2009, e a importância da assessoria de comunicação em meio a esse processo. Para chegar a esse objetivo, no presente trabalho estudamos a ocasião em que um governo do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) sucedeu à gestão de 12 anos de governo do Partido dos Trabalhadores (PT).

A metodologia escolhida foi apresentada por Triviños (1987, p. 187) como pesquisa explicativa. Para mapear os estudos analisados, ela demonstra um maior grau de amadurecimento e envolvimento, pois constitui o nível de pesquisa mais complexo e delicado, já que o risco de cometer erros aumenta consideravelmente. Entretanto, Triviños (1987) justifica que a pesquisa explicativa visa identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos, aprofunda o conhecimento da realidade porque explica a razão, o porquê das coisas.

3.2.1 Os entrevistados

Com o intuito de entender como os instrumentos comunicacionais estão sendo percebidos, realizamos nove entrevistas. Estas fontes foram divididas em três categorias:

1ª – Secretários de Comunicação da Prefeitura de Santo André:

- Alexssander de Paula Soares, atual secretário de Comunicação da Prefeitura de Santo André; prefeito eleito: Aidan Ravin – PTB (2009/2012);
- Ruth Alexandre de Paulo Mantoan, secretária de Comunicação da Prefeitura de Santo André na época em que a cidade foi administrada pelo PT. Fez a transição de cargo para Alexssander. Prefeito eleito: João Avamileno – PT (2002/2008).

2ª – Funcionários de carreira da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Santo André, que participaram do processo transitório:

- Ana Paola M. Zanei Bonilha, repórter I e assessora de imprensa, desde o ano 2000;
- Júlio Cesar Tavares Bastos, fotógrafo, desde o ano de 1992;
- Célia Sandreschi dos Santos, jornalista e assessora de imprensa, desde o ano de 2001.

3ª – Mídia local – profissionais envolvidos que cobriram o período da campanha eleitoral municipal de 2008, o processo transitório e no mínimo os cem primeiros dias de mandato do prefeito eleito para o ano de 2009:

- Leandro de Souza Amaral, jornalista da *Rádio ABC* e do jornal *Repórter Diário*;
- Carlos Alberto B. Balladas, jornalista, proprietário do jornal *Ponto Final*, atualmente também exerce a função de assessor de imprensa (cargo comissionado) da Câmara dos Vereadores de Santo André;
- Renan Ricardo M. G. B. da Fonseca, ex-repórter de política do jornal *ABCD Maior*;
- Sergio Vieira, jornalista e editor-chefe de redação do jornal *Diário do Grande ABC*.

Quanto a escolha pelos entrevistados levamos em consideração que a mídia regional é a que faz o papel de mediador entre órgão público e sociedade; procuramos verificar se há uma prática de boa governança no processo transitório entre os secretários de Comunicação de ambos partidos políticos, e como a transferência de cargo e trabalho ocorreu.

E os funcionários públicos que atuam na Secretaria de Comunicação, são eles que trabalham e detêm esse tipo de informação de como acontece o processo transitório, procuramos entender como eles transmitem essas informações para a mídia e como a mudança de gestão pode alterar o modo de trabalho no cotidiano. Além disso, nos propusemos a analisar se os profissionais citados acreditam que há importância no trabalho comunicacional durante um processo transitório, como aconteceu em Santo André.

3.3 As faces da democracia

3.3.1 Questionados sobre a vitória do PTB

O jornalista da *Rádio ABC* e do jornal *Repórter Diário*, Leandro de Souza Amaral²², diz que sinceramente, não acreditava que o candidato do PTB, Aidan Ravin, fosse ganhar a eleição municipal naquele ano. Amaral ressalta que a eleição de Santo André de 2008 serviu de *case* para todo o país. “*O Siraque passou para o 2º turno com 48,9% dos votos, mais do que o dobro do Aidan que tinha 22%, alguma coisa assim. O Aidan não só virou, como o Siraque perdeu voto. E repito, o que aconteceu em Santo André e em mais três ou quatro cidades, em 2008, é um caso histórico*”.

Sergio Vieira²³, jornalista e editor-chefe de redação do jornal *Diário do Grande ABC*, concorda com Amaral quando diz que “*foi uma eleição que surpreendeu a todos, inclusive o prefeito da época. O político sempre diz que entra pra ganhar uma eleição, né? O Aidan começou com uma votação pequena. Na época ele não era cotado pra ir pro segundo turno*”.

Amaral vai além e apresenta uma exata dimensão da história política de Santo André, antes e depois do processo eleitoral de 2008, quando lembra que, se recuarmos alguns anos, podemos perceber que o PT já dava sintomas do desgaste da gestão com o eleitorado de Santo André. Segundo ele, “*primeiro por conta de toda a história de Celso Daniel, porque, desde sua morte, todo ano de eleição vem a história à tona: quem matou Celso Daniel? Foi crime comum? Foi crime político? Então essa história não ficou elucidada, como não está de fato até hoje. Passaram-se 10 anos e ninguém sabe a real motivação da morte do ex-prefeito, então já começa por aí*”.

Em 2004, Amaral recorda-se que João Avamileno conseguiu ganhar a reeleição em Santo André, muito mais por causa da desarticulação da oposição do que por vitória dele, mas assim mesmo, o PT conseguiu ganhar, “*2006 deu um recado muito claro das urnas do Lula, que ganhou para reeleição como presidente do País, mas em Santo André, que é a terra do PT, você tem 12 anos de administração do PT e o Lula perde em Santo André*”.

Sem perder o raciocínio, Amaral continua: “*o Serra ganhou no primeiro turno, aí, na transição do segundo turno, o Lula faz uma reunião com os petistas de Santo André e fala: ‘Nós vamos trabalhar ou não vamos?’’. No jargão popular deu uma ‘comida de rabo’ em todos os petistas da cidade, e aí, no segundo turno, com uma margem muito, pequena ele consegue virar*”.

²² Leandro de Souza Amaral, jornalista da *Rádio ABC* e do jornal *Repórter Diário*, em entrevista realizada em 13/02/2012.

²³ Sergio Vieira, jornalista e editor-chefe de redação do jornal *Diário do Grande ABC*, em entrevista realizada em 05/04/2012.

Acreditamos que o eleitorado naquele momento tenha transmitido uma mensagem de descontentamento com a administração do PT. Se buscarmos na memória, ou realizarmos uma pesquisa, encontraremos fatos que desagradaram, não somente ao eleitorado petista, mas a todos os brasileiros, por conta da corrupção, por causa dos escândalos do PT também fora de Santo André, por diversas CPIs que se tornaram constantes, mensalão, dólar na cueca entre outros acontecimentos. No geral, foram tantos casos que o PT não soube interpretar essa mensagem de “rejeição”.

Tanto que no ano seguinte, em 2007, começou a derrota do PT na eleição interna, na prévia, quando houve aquela histórica disputa entre Siraque e Ivete. No primeiro turno a Ivete ganhou por 11 votos de diferença e, no segundo turno, o Siraque ganhou por 20 votos mais ou menos de diferença.

“Na prévia só não falaram que a mãe é santa, o resto falaram tudo, então o PT já chegou completamente dividido, porque o pessoal que era a favor da Ivete saiu literalmente da campanha do Siraque, assim como a Marta está saindo da campanha do Haddad, ou melhor, nem entrou na campanha do Haddad, teve aquele pedido de demissão coletiva no secretariado do João Avamileno, então todas as pessoas e secretários que eram ligados à Ivete pediram para sair”, conta Amaral.

Foram 13 secretários municipais que pediram demissão. A partir desse momento, o governo começou a enfrentar problemas enormes. Amaral lembra que a Ivete (vice-prefeita na gestão do Avamileno) era candidata preferencial do PT do estado e do PT federal (entenda-se do Lula), como não ganhou o Siraque, conseqüentemente o João Avamileno, que apoiou o Siraque nas prévias, ficaram isolados no PT. Amaral recorda: *“Tanto é que, se observarmos, o Lula participou cinco vezes da campanha do Luís Marinho em 2008 (candidato a prefeito em São Bernardo do Campo), participou duas vezes do Oswaldo (candidato a prefeito em Mauá) e veio uma única vez em Santo André na campanha do Siraque a contragosto e ficou oito minutos em comício na Vila Luzita”*.

Na mesma linha, Vieira, lembra que durante todo esse processo é que a derrota do Siraque, do PT em Santo André, começou a ser desenhada meses antes, quando houve o pedido coletivo de demissão dos secretários. *“Saíram 13 secretários no último mandato do João Avamileno. Isso se deu porque o PT não soube digerir bem uma disputa interna pra escolher o pré-candidato a prefeito. E mesmo com o favoritismo e 12 anos de máquina, ele não foi unido pra eleição. O PT foi fragmentado, foi um PT magoado pra eleição. Percebemos acompanhando no dia a dia de que em algum*

momento eles perceberam que os 12 anos históricos do PT eram suficiente pra ganhar uma eleição. E já temos exemplo de que isso não é suficiente”, avalia Vieira.

Para Amaral, o PT já tinha todos os ingredientes para perder a eleição, era muito claro isso, tanto é que o *slogan* do Siraque era: “Vencer no primeiro turno!”.

“Hoje a leitura que se faz é esta: qualquer candidato que passasse para o segundo turno com o Aidan, aliás, com o Siraque, no caso foi o Aidan, mas poderia ter sido o Salles por 3.000 votos, não foi para o segundo turno, poderia ter sido o Ricardo Alvarez, ex-petista, qualquer um ganharia do Siraque, porque, no segundo turno, além de juntar todo desgaste do PT, você consegue reverter o chamado voto útil, porque infelizmente no Brasil ainda tem muito isso, ou tinha muito na época. A pessoa ia votar em outro candidato no Siraque, Aidan, no Salles, Ricardo Alvarez, mas quem tá em primeiro, Siraque está com 49% de votos, então eu vou votar nele, vou jogar meu voto fora? Já que é obrigatório mesmo, tenho que sair da minha casa, não vou na escola para votar em quem vai perder”, destaca Amaral.

Em duas semanas de campanha, Aidan consegue reverter a pesquisa de opinião e aumenta sua chance de tirar o PT. Para Amaral, *“não importava se o Aidan era desconhecido, se ele teve um único mandato como vereador, se ele mais faltava ou comparecia às sessões, aquele momento quem estivesse contra o PT ganhava por conta desse desgaste dos 12 anos”.*

Amaral afirma que o que aconteceu em 2008 foi um marco histórico. *“Como acreditar que uma pessoa que vai para o segundo turno com 48,9% dos votos vai perder para alguém que não tem apoio de nenhum outro partido e saiu sozinho pelo PTB? O Aidan e a Dinah saem do primeiro turno com 22% numa campanha que tem segundo turno, só que segundo turno no Grande ABC não tem rádio e TV, tem só a rádio ABC que transmite horário eleitoral de Santo André. Mas não tem uma emissora de TV que transmite em meio de massa as propagandas de Santo André, então duas semanas para uma campanha sem estrutura revirar, ninguém dizia! Então só se você faz esse recorte maior, avaliando a decadência eleitoral do PT nas últimas eleições, é que você consegue ver o motivo já vem sendo lá de trás”.*

Santa Rita (2002) considera que alguns aspectos são necessários para se vencer uma eleição, como ser o candidato certo na hora certa,

ter uma boa estrutura organizacional, contar com profissionais competentes nas várias áreas de atuação. E, por fim, ter a capacidade de mostrar isso tudo nos eventos e na propaganda, principalmente no rádio e na TV de modo a sensibilizar e convencer o eleitor (SANTA RITA, 2002, p. 225).

Amaral conclui analisando que se olharmos só para 2008, vamos ter uma surpresa com a derrota do PT, que foi provocada pela virada do Aidan. Se olhar como um todo, nas eleições anteriores, desde 2004 até 2008, o PT já dava sinais de que tinha entrado em desgaste com o eleitorado e esse desgaste só foi aumentando tanto por conta do PT ser vitrine tanto tempo, desgaste natural de 12 anos de governo, acentuado principalmente pelas prévias de 2007, quando o partido literalmente foi fragmentado, foi dividido: de um lado Siraque, de outro, Ivete. “*Então se for ver, como um todo, não causa surpresas! Mas na época, como estava todo mundo ligado na questão pontual de 2008, ninguém apostava que o Aidan ia ganhar*”.

Os sinais da derrota do PT podem ser observados nas pesquisas do próprio partido, como mostramos no 1º capítulo. O PT apresenta uma pesquisa realizada para candidatos a deputados estadual e federal, com uma amostragem por bairros andreenses, realizada na última campanha municipal, na qual o PT não contava com a derrota, apesar de estar ciente da rejeição por boa parte dos munícipes. A amostragem a seguir foi realizada pelo PT e discutida no Seminário Interno²⁴ que aconteceu em março de 2011, com o objetivo de fortalecer o partido, compreender o motivo da derrota na cidade de Santo André e traçar metas para as eleições que aconteceriam em outubro de 2012.

3.3.1.2 Análises do PT sobre Santo André

Nas tabelas a seguir, identifica-se que há determinadas regiões “petistas” da cidade que já não comungam dos ideais do partido. Nelas, pode-se observar as votações obtidas pelo PT no primeiro turno das eleições majoritárias por regiões do Orçamento Participativo (anos 2004, 2006, 2008 e 2010).

Tabela 1

Região A – Bairro Santa Terezinha, Vila Metalúrgica e Vila Camilópolis

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	34%	Serra, 42%	2º.
2008	50%	Salles 21%, Aidan 19%	1º.
2006	36%	Alckmin 53%	2º.
2004	44%	Brandão 46%	2º.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

²⁴ Anexo 01- Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André. “Construindo Consenso”, 19 páginas, março de 2011.

Tabela 2

Região B – Jardim das Maravilhas, Jardim Santo Antônio, Jardim Utinga, Vila Francisco Matarazzo e Vila Lucinda

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	39%	Serra 36%	1°.
2008	55%	Salles 19%, Aidan 14%	1°.
2006	42%	Alckmin 47%	2°.
2004	47%	Brandão 42%	1°.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 3

Região C – Bangu, Parque Jaçatuba, Parque da Nações, Vila Curuçá e Várzea do Tamanduateí

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	31%	Serra 43%	2°.
2008	45%	Salles e Aidan ambos 21%	1°.
2006	37%	Alckmin 58%	2°.
2004	37%	Brandão 53%	2°.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 4

Região D – Parque Oratório, Parque Novo Oratório, Jardim Ana Maria, Jardim Itapoan e Jardim Santo Alberto

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	41%	Serra 33%	1°.
2008	58%	Aidan 18%, Salles 18%	1°.
2006	44%	Alckmin 45%	2°.
2004	47%	Brandão 41%	1°.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 5

Região E – Parque João Ramalho, Jardim Alzira Franco, Jardim Rina, Parque Capuava e Parque Erasmo Assunção

Ano	PT	Outros	Colocação PT
-----	----	--------	--------------

2010	48%	Serra 28%	1°.
2008	63%	Aidan 13%, Salles 17%	1°.
2006	46%	Alckmin 44%	1°.
2004	49%	Brandão 41%	1°.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 6

Região F – Bairro Campestre, Bairro Santa Maria, Bairro Jardim, Vila Guiomar e Vila Alpina

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	21%	Serra 56%, Marina 22%	3°.
2008	30%	Aidan 27%, Salles 23%	1°.
2006	23%	Alckmin 67%	2°.
2004	30%	Brandão 53%	2°.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 7

Região G – Vila Palmares, Vila Aquilino, Vila Príncipe de Gales e Vila Sacadura Cabral

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	48%	Serra 29%.	1°.
2008	55%	Salles 28%, Aidan 11%	1°.
2006	52%	Alckmin 38%	1°.
2004	58%	Brandão 35%	1°.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 8

Região H – Vila Floresta, Vila Valparaíso, Bairro Pinheirinho, Jardim Bom Pastor, Vila Scarpelli e Vila Gilda

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	30%	Serra 46%	2°.
2008	40%	Salles 24%, Aidan 22%.	1°.
2006	35%	Alckmin 57%	2°.
2004	40%	Brandão 49%	2°.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 9

Região I – Bairro Paraíso, Jardim Jamaica, Jardim Oriental, Jardim Stella, Jardim Cristiane, Jardim Las Vegas e Jardim Milena

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	44%	Serra 32%	1º.
2008	54%	Salles 19%, Aidan 18%	1º.
2006	46%	Alckmin 42%	1º.
2004	52%	Brandão 37%	1º.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 10

Região J – Jardim Alvorada, Jardim do Estádio e Vila Linda

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	40%	Serra 36%	1º.
2008	52%	Aidan 25 %, Salles 17%	1º.
2006	46%	Alckmin 43%	1º.
2004	51%	Brandão 38%	1º.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 11

Região K – Vila Marina, Bairro Silveira, Vila Pires, Vila Helena, Vila Junqueira e Vila Vitória

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	36%	Serra 41%	2º.
2008	38%	Aidan 36%, Salles 19%	1º.
2006	40%	Alckmin 50%	2º.
2004	47%	Brandão 41%	1º.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 12

Região L – Vila Alice, Bairro Casa Branca, Centro, Vila Alzira, Vila Assunção, Jardim Bela Vista e Vila Bastos

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	19%	Serra 58%, Marina 21%	3º.
2008	26%	Aidan 34%, Salles 21%	2º.

2006	21%	Alckmin 71%	2°.
2004	29%	Brandão 60%	2°.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 13

Região M – Jardim Santa Cristina, Jardim Telles de Menezes, Jardim Guarará, Vila Luzita e Sítio dos Vianas

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	51%	Serra 26%	1°.
2008	51%	Aidan 26 %, Salles 17%	1°.
2006	53%	Alckmin36%	1°.
2004	53%	Brandão 34%	1°.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 14

Região N – Centreville, Jardim Marek, Parque Marajoara, Jardim Santo Antônio de Pádua, Parque Gerassi e Cidade São Jorge

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	52%	Serra 26%	1°.
2008	63%	Aidan 18%, Salles11%	1°.
2006	54%	Alckmin36 %	1°.
2004	57%	Brandão 29%	1°.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 15

Região O – Vila América, Vila Guarani, Vila Humaitá, Vila Progresso e Vila Homero Thon

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	39%	Serra 38%	1°.
2008	43%	Aidan 28%, Salles 19%	1°.
2006	41%	Alckmin 50%	2°.
2004	49%	Brandão 38%	1°.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 16

**Região P – Vila Tibiriçá, Condomínio Maracanã, Vila Guaraciaba, Jardim Ipanema,
Vila Lutécia e Vila Suíça**

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	50%	Serra 26%	1º.
2008	55%	Aidan 24%, Salles15%	1º.
2006	57%	Alckmin 33 %	1º.
2004	52%	Brandão 36%	1º.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 17

**Região Q – Parque Pedroso, Jardim Riviera, Parque Miami,
Recreio da Borda do Campo, Três Divisas**

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	51%	Serra 26%	1º.
2008	57%	Aidan 20%, Salles19%	1º.
2006	50%	Alckmin 41 %	1º.
2004	52%	Brandão 34%	1º.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 18

**Região R* – Campo Grande, Jardim Clube de Campo, Parque América,
Parque Represa Billings e Vila de Paranapiacaba**

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	47%	Serra 29%	1º.
2008	49%	Salles29%, Aidan 15%	1º.
2006	48%	Alckmin 44 %	1º.
2004	47%	Brandão 37%	1º.

* A região R tem o menor colégio eleitoral da cidade.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 19

**Região S – Jardim Santo André, Jardim V. Rica, Vila João Ramalho,
Bairro Cata Preta e Jardim Irene**

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	55%	Serra 25%	1º.

2008	57%	Aidan 23%, Salles 15%	1°.
2006	63%	Alckmin 35 %	1°.
2004	56%	Brandão 30%	1°.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Essas tabelas permitem inferir que:

- 1- nas regiões D, E, G, I, J M, N, P Q, R S, em que o PT é historicamente vitorioso, está cerca da metade do eleitorado;
- 2-nas regiões C, F, H, K, L, em que o PT não é historicamente vitorioso, está cerca de um terço do eleitorado;
- 3-nas regiões A, B, O, em que o PT historicamente oscila, está cerca de um sexto do eleitorado.

Segundo o Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011), pode-se

“observar que com algumas regiões (item 1), já temos um diálogo adequado e que precisa ser mantido e ampliado. Com outras regiões (item 3), temos espaços de diálogo a ser aprofundado. Já com outras regiões (item 2), o trabalho a ser realizado é mais árduo: temos que ouvir os sentimentos, promover o embate ideológico, desenvolver uma linguagem consensuada com elas, sem abrir mão da condução do processo.

As exceções das vitórias que obtivemos nas regiões C em 2008, F em 2008, H em 2008 e K em 2004 nos permitem concluir que, com os necessários cuidados, é possível estabelecer uma interlocução adequada com as lideranças locais”.

Pode-se observar neste quadro que o PT mantém-se em primeiro lugar na cidade independentemente da soma dos outros partidos. Contudo há uma ressalva de abstenção que poderá ser observada nas tabelas que seguem. Assim, conforme o Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011), “a região requer uma análise mais específica em função da sequência de quedas nos números de votos que vimos obtendo”.

Tabela 20

Histórico das eleições majoritárias a partir de 1998 em percentuais em Santo André

ANO	PT	OUTROS	OUTROS
1998-1° turno	45 – LULA	46 (FHC)	6 (CIRO)
2000-1° turno	70 – CELSO DANIEL	22 (RUSSOMANO)	4 (PINA)
2002-1° turno	58 – LULA	20 (SERRA)	13 (GAROTINHO)
2002-2° turno	66 –LULA	34 (SERRA)	
2004-1° turno	46 – J.AVAMILENO	42 (BRANDÃO)	6 (BIANCHI)

2004-2º turno	53 – J. AVAMILENO	47 (BRANDÃO)	
2006-1º turno	42 – LULA	48 (ALCKMIN)	8 (H. HELENA)
2006-2º turno	51 – LULA	49 (ALCKMIN)	
2008-1º turno	49 – SIRAQUE	22 (AIDAN)	19 (SALLES)
2008-2º turno	44 – SIRAQUE	55 (AIDAN)	
2010-1º turno	40 – DILMA	37 (SERRA)	22 (MARINA)
2010-2º turno	49 – DILMA	51 (SERRA)	

- **Abstenção:** Santo André é a cidade com maior nível de abstenção em relação a todas as outras e tem aumentado mais nas duas últimas eleições.

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André, 2011.

Tabela 21

Porcentual de abstenção nas maiores cidades da região em 2006 a 2010

CIDADE	2010	2008	2006
Santo André	15,56	16,14	14,22
Diadema	14,25	13,80	12,68
São Caetano		5,76	
Mauá	13,69	12,30	12,85
São Bernardo	14,03	14,03	13,35
Osasco	14,25	13,80	12,68
Guarulhos	13,23	12,19	12,54

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Tabela 22

Histórico de abstenção em Santo André

ANO	PERCENTUAL
2010	15,56
2008	16,14
2006	14,22
2004	14,88
2002	14,40
2000	14,83
1998	14,64
1996	13,74

Fonte: Relatório do Seminário Interno do Partido dos Trabalhadores de Santo André (2011).

Para Ana Lúcia Romero Novelli (2009), a pesquisa de opinião tem se mostrado instrumento tão valioso para a sociedade contemporânea, que, muitas vezes, deixa de ser compreendida como técnica de medição da opinião pública para tornar-se a própria expressão desta. Sua aplicação extrapolou os limites do campo político, no qual despontou com maior intensidade, e, hoje, tornou-se reconhecido método de investigação científica para a maioria dos campos de conhecimento, inclusive para a Comunicação Social.

Como método quantitativo, a pesquisa de opinião ou *survey*, como também é conhecida, possibilita a coleta de vasta quantidade de dados originados de grande número de entrevistados. Dentro seus aspectos positivos, podem-se destacar a possibilidade de que a investigação do problema ocorra em ambientes reais, sem a necessidade de se lançar mão de recursos de laboratório; a viabilidade de realização de análise das estatísticas de variáveis como dados sociodemográficos, de atitude, dentre outras; a quase inexistência de barreiras geográficas para a realização das entrevistas e o baixo custo de aplicação ao se considerar a quantidade de informações recolhidas. Por outro lado, a possibilidade de interferência, e até certa manipulação, do pesquisador no desenrolar da entrevista é um dos principais cuidados a se adotar no processo (NOVELLI, 2009, p. 164).

No entanto, o jornalista, Vieira lembra que, com o passar do tempo da campanha, Siraque havia atingido um teto histórico do PT e não subia, não conseguia mais ultrapassar, mas precisava agregar porque senão teria dificuldades em vencer num segundo turno. *“A impressão que eu tenho é que eles se debruçaram sobre o tempo que o PT governou e acharam que era suficiente; meio que quase não precisariam fazer campanha. Em contrapartida, a gente vinha acompanhando o crescimento significativo das duas campanhas, do Aidan e do Salles. Os dois vieram crescendo e vieram se revezando, mesmo não tendo a mesma estrutura de campanha que o PT tinha. O Aidan tinha um diferencial, que era o carisma, e o Salles também soube aproveitar esse espaço. O Aidan é um prefeito carismático, é médico, foi vereador, que foi muito bem votado. Isso é comunicação direta com a população, que, no meu entender, isso faltou no PT”*, analisa Vieira.

De acordo com Nelson Jahr Garcia (1990, p. 44):

Uma ideologia, por refletir a realidade, reflete também grande parte de sua complexidade e, para muitos, dificilmente é compreensível em seu todo. Nessas condições, para transmitir a ideologia, precisa adaptar e adequar as idéias nela contidas às condições e à capacidade dos receptores de tal forma que tenham sua atenção despertada para as mensagens e consigam entender seu significado.

Nesse sentido, Martín Barbero (1987, p. 28) acredita que *“[...] cualquier tipo de mensaje es susceptible de una lectura ideológica”*.

Contribui Vieira: *“O apoio só veio para o segundo turno. Mas antes disso, veio a surpresa, diria que na última semana, que foi os dois tirarem o espaço do PT conseguir a vitória no primeiro turno. Foi uma questão de um ponto e meio, uma coisa muito mínima. Se o Siraque tivesse esse um ponto e meio, ele teria ganhado no primeiro turno. Eu me lembro que a gente ficou aqui na redação com muita expectativa acompanhando a abertura das urnas pra saber quem ia ganhar as eleições. Aí veio a consolidação da ida do Aidan pro segundo turno”*.

Vieira, ainda, argumenta que, para o segundo turno, Aidan teve 15 dias para conseguir cem mil votos. *“Teve o apoio do Salles, aí que eu falo do PT, que tem dificuldades de agregar quando não faz no primeiro turno. Porque teve uma candidatura pesada, apesar de não ter tido chapa pura, mas ele meio que não agregou. Teve o PDT que estava com ele, o Martinha, do sindicato, mas ele não agregou. Ele até trouxe forças, mas que na prática não agregava pra candidatura. E no segundo turno, todas as outras correntes apoiaram o Aidan. Mesmo assim a gente duvidava que o Aidan pudesse ganhar. Mas o PTB viu a possibilidade de retomar o governo de Santo André. Aí já foi um pouco mais diferente. Você já vê a participação do PTB estadual, você vê Campos Machado, lideranças do PTB mais presentes aqui na campanha. Aí vem a vitória que também foi surpreendente”*.

Surpreendente sim, mas também contou com um fato que abalou o município, para não dizer o mundo. Enquanto acontecia o 2º turno, os candidatos foram ofuscados pela tragédia que ficou conhecida na mídia como “Caso Eloá/Nayara”, duas jovens que foram sequestradas por Lindemberg Alves, no período de 17 a 22 de outubro de 2008. Este caso foi considerado o sequestro com maior duração no país e que não teve final feliz para os envolvidos. Portanto, paralelamente à campanha municipal, a cidade de Santo André revelou-se violenta: jovens estudantes residem em um local precário e a questão da segurança pública ineficiente teve divulgação nacional. Ou seja, em plena campanha, o PT passa a enfrentar uma crise.

De acordo com Chinem²⁵ (2003, p. 86 *apud* PESSONI, 2010, p. 1), qualquer situação que escape ao controle da empresa e que ganhe visibilidade pública, pode ser greve, um assalto, uma crise envolvendo empregador e seus empregados um processo judicial, uma concordata, uma reclamação dos clientes no meio de comunicação e assim por diante.

Concordando com Chinem, Mario Rosa²⁶ (2007 *apud* PESSONI, 2010) ressalta que as crises de imagem – ou crises de reputação – constituem um tipo bem particular de crise, diferente de todas as outras que podem atingir líderes ou organizações. Essas crises são potencialmente mais devastadoras porque podem destruir o maior patrimônio de um profissional ou instituição: sua credibilidade.

Costumo dizer que pessoas e empresas não vendem serviços ou produtos. O que se vende todos os dias, no mundo inteiro, é confiança. E quando a confiança que os outros depositam em nós deixa de existir, há uma sentença de morte profissional ou empresarial (ROSA, 2007, p. 24 *apud* PESSONI, 2010, p. 2).

²⁵ CHINEM, R. **Assessoria de imprensa**: como fazer. São Paulo: Summus, 2003.

²⁶ ROSA, M. **A era do escândalo**: lições, relatos e bastidores. São Paulo: Geração Editorial, 2007.

No momento em que uma crise se instala em uma instituição e ganha visibilidade junto ao público externo, potencializado o fato pela mídia, há necessidade da intervenção de profissionais da comunicação para fazer o meio-de-campo entre imprensa e instituição. Quando se trata de um órgão público, há algumas diferenças que precisam ser levadas em conta, conforme sugere Lucas²⁷ (2007, p. 63 *apud* PESSONI, 2010, p. 2):

As crises que eclodem no cenário governamental são bons exemplos de que, se o gestor público não estiver, a todo momento, revendo, sob a ótica do planejamento, os critérios que amparam o desenho de suas políticas e estratégias, tenderá a estar sob fogo cruzado permanentemente. E, a julgar pelo valor que a imprensa confere à fonte pública, o governo terá sérios problemas para gerenciar suas crises se não tiver fatos a oferecer à sociedade, como resposta aos impactos que suas ações (e decisões) ocasionaram.

Ainda, segundo Pessoni (2010, p. 2), se de um lado a crise pode representar uma possibilidade de risco à imagem da instituição, sua boa administração abre um leque de ações que podem resultar em benefícios para aqueles que – supostamente – estão na berlinda junto à imprensa. É o que salienta Pontes²⁸ (2008), citado por Ordunã (2002 p. 6 *apud* PESSONI, 2010, p. 3).

Por incrível que pareça, os momentos de crises também podem ser chances únicas de expor de forma positiva serviços e/ou produtos de uma empresa. Assim como afirma Ordunã (2002, p. 6) “os que vêem nas crises unicamente problemas se esquecem que também podem ser uma fonte de oportunidades, que, infelizmente, só podem surgir nesses momentos difíceis”. Mas se engana quem pensa que há de se aproveitar apenas o fim da crise, já que neste momento final os holofotes sobre a empresa já estão se apagando, então “seria recomendável buscar a oportunidade desde os primeiros instantes, ainda que isso nem sempre seja possível e até mesmo desaconselhável algumas vezes”.

Em virtude dos acontecimentos e na época em que ocorreram tudo leva a crer que o fato ajudou a campanha de Aidan (PTB) a alavancar votos contra o PT, que estava no governo e se viu frente a uma crise.

Para Vieira, talvez tenha sido a derrota mais sofrida, mais doída, mais surpreendente do PT no país. Pouca gente poderia apostar que o PT perderia essa campanha em Santo André. Da forma como aconteceu. “*A leitura que se tem é que não foi o Aidan que ganhou a eleição, foi o PT que perdeu. Isso é fato. Quem acompanhou aquele processo sabe disso. Com o PT unido, ele ainda estaria no comando do*

²⁷ LUCAS, L. (Org.). **Media training: como agregar valor ao negócio melhorando a relação com a imprensa**. São Paulo, Summus, 2007.

²⁸ PONTES, R. L. J. **Planejando a comunicação organizacional**: como se prevenir, gerenciar e se fortalecer com uma crise. Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Natal, RN – 2 a 6 de setembro de 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0797-1.pdf>. Acesso em 04/05/2010.

município. O Aidan soube aproveitar com muita inteligência esse racha do PT. Esse espaço que fez com que a militância não fosse tão aguerrida por conta dos rachas internos”, ressalta Vieira.

Renan Ricardo M. G. B. da Fonseca²⁹, ex-repórter de política do Jornal *ABCD Maior*, não imaginava que Aidan pudesse vir a crescer nas pesquisas do segundo turno. Fonseca declara que acreditava que Siraque iria conseguir manter-se, ou seja, o PT ia continuar mais um tempo na administração pública de Santo André e Aidan estava mais se planejando, conseguindo um cacife para as eleições que seriam as deste ano de 2012.

“Eu tomei um susto quando o Aidan realmente começou se alavancar no segundo turno. Acompanhamos as críticas da população e também da base aliada de cada partido e, pelo que a gente conseguiu cobrir, naquela época, o Siraque não perdeu por ser ele o Siraque, mas sim pela história do PT dentro da cidade, que estava ruim para a população, para o eleitor. O Aidan seria a segunda opção, o cara que ia tirar aquele histórico petista”, conta Fonseca.

O único com opinião diferente dos outros profissionais envolvidos que cobriram o período da campanha eleitoral municipal de 2008, Carlos Alberto B. Balladas³⁰, jornalista, proprietário do jornal *Ponto Final*, que atualmente também exerce a função de assessor de imprensa (cargo comissionado) da Câmara dos Vereadores de Santo André. Ele acreditava e esperava a vitória do candidato Aidan Ravin (PTB) como prefeito da cidade.

Balladas revela que um ano antes de iniciar a campanha eleitoral de 2008 encomendou uma pesquisa de opinião por conta própria, e entre os parâmetros apresentados na pesquisa, um deles apontou a possibilidade de Aidan ir para o segundo turno. Segundo Balladas, Aidan não tinha nem sido definido como candidato, ele tinha acabado de mudar de partido do PPS para o PTB. Apesar disso, já despontava como o elemento mais perigoso para uma candidatura contra o PT. A pesquisa aconteceu antes das prévias do PT.

Para Balladas, *“a coisa não estava sendo bem conduzida pelo PT, o racha já tinha aparecido antes das prévias e durante a campanha toda isso foi visível na candidatura do Siraque: se não ganhar no primeiro turno, dificilmente ganha no segundo, porque existia uma insatisfação da população em relação à candidatura do PT, principalmente na última gestão do João, ele se comunicou muito mal”* [grifo meu].

²⁹ Renan Ricardo M. G. B. da Fonseca, ex-repórter de política do Jornal *ABCD Maior*, em entrevista realizada em 01/03/2012.

³⁰ Carlos Alberto B. Balladas, jornalista, proprietário do Jornal *Ponto Final*, em entrevista realizada em 28/02/2012.

Neste caso, Célia Maria R. Godoy dos Santos (2007, p. 68), sugere que, se entendermos a comunicação política como um conjunto de mensagens capaz de gerar decisão política, é fundamental considerar o conceito de *feedback* (positivo e negativo), como um instrumento analítico importantíssimo para a compreensão da dinâmica do processo político. A autora justifica que é aí que colocamos em discussão a pesquisa de opinião como um instrumento de controle sobre o ambiente externo, um processo de capacitação de informações, um *feedback*.

Se tivermos uma informação positiva sobre as conseqüências de uma decisão política anterior, esta provocará fortalecimento de um comportamento na mesma direção. Se, ao contrário, a informação for negativa, a reação será na direção oposta. Portanto, mudanças são efeitos provocados por um *feedback* modificador de objetivos, isto é, por um fenômeno de retroação, que induzirá uma redefinição dos objetivos (SANTOS, 2007, p. 68).

Para Santos (2007, p. 68), neste sentido as pesquisas de opinião levantam informações a respeito de diferentes públicos, possibilitando aos atores políticos a elaboração e oferecimento no mercado público, das concepções que este público deseja.

Entre os entrevistados, de fato, o único que esperava a vitória de Aidan Ravin como prefeito foi mesmo o jornalista Balladas, porque até dentro da máquina pública as expectativas eram outras.

As duas assessoras de imprensa da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Santo André, no início da entrevista, se mostraram tímidas e não querendo se comprometer. Quando questionadas sobre a vitória do PTB, obtivemos respostas praticamente idênticas. Ana Paola M. Zanei Bonilha³¹, repórter I e assessora de imprensa, diz que “*não esperava a eleição do Aidan porque as pesquisas apontavam pro Siraque, então a gente também não contava com isso, houve uma virada muito grande*”. Com Célia Sandreschi dos Santos³², jornalista e, também, assessora de imprensa, a resposta não foi diferente quando lembrou: “*as chances do PT de se eleger na época eram fortíssimas. E ali na virada, conseguir virar no segundo tempo, não esperava isso do PTB*”.

Compartilhando da mesma opinião de Vieira, o fotógrafo Júlio Cesar Tavares Bastos³³, da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Santo André, fala dos acontecimentos de forma sincera e bem mais crítica: “*O Aidan não ganhou a eleição, pelo contrário, o Siraque que perdeu, porque tinha tudo pra ter ganho. Mas a*

³¹ Ana Paola M. Zanei Bonilha, repórter I e assessora de imprensa da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Santo André, em entrevista realizada em 08/02/2012.

³² Célia Sandreschi dos Santos, jornalista, assessora de imprensa da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Santo André, em entrevista realizada em 02/04/2012.

³³ Júlio Cesar Tavares Bastos, fotógrafo da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Santo André, em entrevista realizada em 16/02/2012.

arrogância e a incompetência dele fez ele perder a briga. Quando teve o racha lá da época do João com a Ivete, isso já ajudou o PT perder. E depois o Siraque não era um candidato bem visto. Eu não esperava a vitória do Aidan, mas também eu falava pras pessoas não votarem no Siraque. O PT com o Siraque ia ser pior que com o Aidan”.

Quanto aos secretários de Comunicação da Prefeitura, ambos, tanto o de Aidan como a responsável pela gestão Avamileno foram cautelosos em suas entrevistas e a primeira declaração foi: *“Eu não pertencço a nenhum partido político”*. Porém, ambos caíram em contradição. Até nas perguntas mais simples, como esta primeira.

Com um discurso todo apartidário, porém impregnado de cunho político, Alexssander de Paula Soares³⁴, secretário de Comunicação da Prefeitura de Santo André na gestão Aidan Ravin, iniciou a entrevista contando que veio para o município somente no segundo turno. Não conhecia Aidan e ressalta que isso não é segredo nenhum. Nunca tinha ouvido falar dele. Veio para uma circunstância política a pedido de um amigo, político de São Paulo, que também veio ajudar no segundo turno, que é o vereador José Police Neto, do PSDB. Segundo Soares, o vereador pediu para ele vir auxiliar Aidan no ponto de vista da comunicação. Conhecer um pouco como estava a campanha, dar uns palpites e voltar para sua rotina, para sua empresa de assessoria de imprensa, em São Paulo. Entretanto Soares diz que acabou se envolvendo e ficando.

Apesar da pouca vivência na campanha e desconhecimento do candidato que ele mesmo assessorava, Soares relatou que para ele *“o eleitor de Santo André buscava uma mudança e, no segundo turno, acho que as pessoas conseguiram enxergar no Aidan algo que justificasse esse voto. Um voto de protesto contra os 12 anos do PT ou que enxergasse no Aidan essa mudança que as pessoas estavam pretendendo. O voto nele era um voto de esperança”*.

Seguindo tal raciocínio, Soares declara que Aidan ganhou porque *“o voto depositado nele era um voto de esperança”*, entretanto, na primeira coletiva, ele usou de um discurso forte para trazer os veículos de comunicação de São Paulo para este evento e o mesmo discurso para fechar uma pauta com o jornal *Folha de S. Paulo*, em que ele diz: *“(…) ganhou um azarão em Santo André. Isso o prefeito, mesmo, nunca se negou a dizer. Ganhou uma pessoa que acabou com o reinado, assim dizer, de 12 anos do PT. Que PT é esse? Não é um PT qualquer. Estamos falando de Santo André. De uma cidade que o PT tinha aqui suas raízes, que tinha um escândalo por trás disso, que chama Celso Daniel. Que todo mundo sabe que na política o PT de Santo André ajudou*

³⁴ Alexssander de Paula Soares, secretário de comunicação da Prefeitura de Santo André, em entrevista realizada em 15/02/2011.

no projeto do Lula junto com o PT de São Paulo. Junto com o governo Marta. Não é uma vitória simples. Foi contra um cara que conseguiu 48%. Consegui ter argumentos pra vender a pauta do Aidan”.

O discurso de Soares soa contraditório. No primeiro momento ele acredita que Aidan tenha sido eleito porque o povo ansiava pela mudança, foi um voto de protesto contra 12 anos do PT. No segundo momento, Soares afirma que Aidan ganhou porque foi um “azarão”, em outras palavras, por pura sorte. Aqui, os motivos que levaram o PTB à vitória se justificam pela importância na “zebra”, no “azarão”. O rótulo da virtude é o da sorte, da oportunidade e da decadência do outro. Muito diferente de ganhar por mérito ou por ser a esperança de uma sociedade.

Neste caso, caberia entender o discurso de Soares através do imaginário, explorando o imaginário político, o mito do salvador. Entretanto, seria muita pretensão de nossa parte entrar nesse mérito, visto que não possuímos um conhecimento profundo sobre o assunto, mesmo que Baczko (1985, p. 296) justifique que está na moda associar a imaginação e a política, o imaginário e o social. Essas associações e os problemas que elas traduzem têm feito carreira, rápida e brilhante, nos discursos políticos e ideológicos das ciências humanas. Contudo cabe dizer que fizemos a associação da declaração de Soares à imaginação social porque os sistemas simbólicos em que assenta e através dos quais opera o imaginário social são construídos não só a partir da experiência dos agentes sociais, mas também dos seus desejos, aspirações e motivação, pois [...] os imaginários sociais operam ainda mais vigorosamente, talvez, na produção de visões futuras, designadamente na projeção de angustias, esperanças e sonhos coletivos sobre o futuro (BACZKO, 1985, p. 311-312).

Sem entrarmos no mérito da influência do imaginário social, procuremos entender o discurso de Soares nos valendo de Santos (2007, p. 74), quando diz que a imagem pública de uma pessoa é a percepção desta pelos diferentes públicos, sua projeção pode ser baseada em anos de convivência, mas também pode ser formada com base num único fato, seja ele verdadeiro ou falso, recente ou não. Por sua vez a reputação se refere a uma representação social mais consolidada e amadurecida sobre a pessoa. Usando a explicação de Bueno (2009, p. 98), “quando eu tenho a imagem de um candidato, ‘eu acho que ele é’, ‘eu sinto que ele é’ ou ‘acredito que ele represente alguma coisa’; porém quando compartilho a reputação ‘eu sei que ele é’, ‘eu tenho certeza sobre o que ele é ou representa’”.

Ruth Alexandre de Paulo Mantoan³⁵, ex-secretária de Comunicação da Prefeitura de Santo André na época em que a cidade foi administrada por João Avamileno, do PT, fez a transição de cargo para Alexssander. Ruth inicia a entrevista declarando: *“Não sou petista, eu já fui representante do PT, mas eu não atuo mais dentro de diretoria, eu tenho uma atuação política como cidadã, porque até como jornalista é muito complicado e lá em Santo André eu estava em uma situação específica”*.

Questionada sobre o apoio que seu assessorado, ex-prefeito João Avamileno, deu a Vanderlei Siraque na eleição, Mantoan explica: *“Nós (a equipe de comunicação, que somos comissionados) já sabíamos que não ficaríamos, mesmo se o Siraque ganhasse, pois ele já possuía uma equipe de campanha”*. Porém, deixa claro que *“na verdade quem perdeu a eleição foi o candidato do partido do Avamileno e não ele. Mas não existe ‘tabela fixa’ de percentual de transferência de votos. São muitos os vetores envolvidos em um processo de sucessão. Depois da derrota de Vanderlei Siraque, Avamileno usou toda a experiência política que tem para dar ânimo à militância de seu partido”*.

Com essa justificativa, fugiu da pergunta. Concordamos que João Avamileno “não estava” na disputa no sentido real (ou seja, o nome dele não constava na urna), porém perguntei se ela, Ruth, esperava a vitória do PTB, essa foi a primeira pergunta que fiz a todos. Como disse anteriormente, sem entrarmos no mérito da influência do imaginário social, só vamos ressaltar que ela utilizou o imaginário político logo no início quando disse: *“Na verdade quem perdeu a eleição foi o candidato do partido do Avamileno e não ele”*. Contudo, entendemos que, quando um candidato apoia o outro, ele também está sendo votado, pois é a partir dessa visão que os partidos políticos, em geral, conseguem avaliar como o candidato que apoia o sucessor é cotado na região.

Mantoan recorda-se que na época que *“o Avamileno se candidatou daquela vez, vejo como um governo sendo aprovado, por isso não podemos confundir com o apoio que ele deu ao Siraque, dizendo que foi desaprovado, porque são pessoas diferentes. Infelizmente, as pessoas fazem muito de não enxergarem essa política como projeto de partido, mas personalizam tanto que você vê que outro candidato estoura a votação, às vezes outros candidatos do mesmo partido também têm medo de votação, então eu percebo que ali não foi uma votação nem do PT nem do João Avamileno, porque, todas*

³⁵ Ruth Alexandre de Paulo Mantoan, ex-secretária de Comunicação da Prefeitura de Santo André na época em que a cidade foi administrada por João Avamileno (2002/2008) - PT, fez a transição de cargo para Alexssander Soares. Foram realizadas duas entrevistas, a 1ª via e-mail em 08/05/2011 e, a 2ª em 20/03/2012.

as vezes que eu me encontrei com o prefeito pela cidade, eu nunca vi ninguém hostilizar o João, nem quando ele era prefeito, nem depois”.

Balladas declarou de forma clara e objetiva que Avamileno não era visto com bons olhos: *“Existia uma insatisfação da população em relação à candidatura do PT, principalmente na última gestão do João, ele se comunicou muito mal”.* Vale ressaltar aqui que, no último ano da gestão do Avamileno, Ruth Mantoan trabalhou no primeiro semestre de 2008 como assessora de imprensa direta do Avamileno e, a partir do segundo semestre, foi promovida ao cargo de secretária de Comunicação da Prefeitura. Dito isso, fica evidente que o trabalho de assessorar o ex-prefeito junto à mídia era de total responsabilidade de Mantoan.

Nesse sentido questionamos Balladas se ele achava que a culpa de Avamileno ter *“se comunicado mal”*, como ele afirma, é da assessora de imprensa. Balladas diz que não, e completa: *“A culpa é dele mesmo. Se o cara não reconhece que está sendo mal-assessorado, a culpa não é do assessor, é daquele que está contratando. Se eu tenho um assessor ruim e as coisas ruins acontecem comigo, a culpa não é do assessor, a culpa é minha de manter esse assessor ruim”.*

Desse cenário deriva a necessidade absoluta e inquestionável dos bons e qualificados serviços de comunicação. Essa situação fica mais evidente, quando Balladas completa: *“Aquele processo lá da contratação da Ruth foi um processo desastroso, acabou de acabar com o Avamileno, porque ela não sabia nada da região, não sabe, não conhecia nem o João, é bem assim. No último ano que você está para terminar ou fazer um ano e meio ou não sei quanto para terminar seu mandato, você precisa reeleger uma pessoa. Você não pode mexer tanto numa área tão sensível ali no governo do João, como aconteceu. Saíram todos aqueles secretários de uma vez só, foi uma bobagem também. Isso é uma falta de respeito com o João, foi uma falta de comprometimento com o projeto, sabe?, quer queira quer não, o projeto era reeleger alguém do partido, quer dizer, isso também mostra o que é o PT, o PT não é um partido é um amontoado de facções”.*

3.3.1.3 O processo de transição

O inesperado aconteceu. O candidato a prefeito Aidan Ravin vence as eleições municipais de Santo André. Perguntamos aos entrevistados como aconteceu o processo transitório de gestão, como a **Comunicação** (neste caso comunicação refere-se a mídia, os funcionários públicos da Secretaria de Comunicação e os secretários de ambos os partidos políticos) trabalhou as informações e o que mudou nesse período.

Primeiramente, procuramos entender os secretários que fizeram a transição, Alexssander de Paula Soares e Ruth Alexandre de Paulo Mantoan.

Sutilmente, Soares descreve que o processo transitório não passa de um “*acordo de cavalheiros*”, porque não há lei alguma que diz que o governo que sai seja obrigado a deixar relatórios e documentos que demonstrem o andamento do órgão público. O que significa que a equipe de comunicação que está saindo colabora fornecendo informações pertinentes ao andamento da máquina pública se desejar. Ou seja, Ruth Mantoan contribuiu com Soares por livre e espontânea vontade. Se ela não quisesse, não era obrigada.

Soares ressalta que “*passar informações para a equipe de transição é uma coisa que existe em todos os governos, em todas as cidades, mas ela não existe regulamentada, não tem um decreto, não tem uma lei. Ela é uma coisa informal. Ela é muito mais um gesto de cavalheirismo de quem perdeu pra quem ganhou*”.

Para que o processo transitório fosse tranquilo, Soares lembra que logo que Aidan venceu nas urnas “*fez uma reunião com João Avamileno, que na época foi o candidato derrotado e selou um acordo de cordialidade, de paz política na transição, do tipo ‘eu não quero começar meu governo te atacando e não quero que você faça o mesmo’*. Um acordo de cavalheiros políticos, que possibilitou que a equipe de transição entrasse na Prefeitura”.

Com acesso livre à Prefeitura, a equipe do PTB que iria assumir as diversas pastas realizou várias reuniões com os secretários do PT que até 31 de dezembro de 2008 continuariam atuando em suas respectivas áreas e solicitaram, como conta Soares, um diagnóstico do que cada secretaria teria de contratos vigentes. Soares declara que Aidan realizou uma reunião com a equipe que ele mesmo selecionou a dedo e disse: “*O que eu vou encontrar quando assumir? Eu não quero que pare nada a partir do dia 1º de janeiro. Então a primeira ordem de vocês é não deixar a máquina parar*”. Para conseguir essa façanha, “*nós, da transição, tínhamos que absorver o máximo de informações possíveis dos secretários da Prefeitura pra não deixar a máquina pública parar. Porque se o Aidan tivesse que renovar algum contrato no dia 1º de janeiro de 2009, isso aconteceria porque estávamos nos preparando pra isso*”.

Soares destaca que, em momento algum, romperam o acordo de Aidan com o prefeito Avamileno. A orientação e a ordem de transformar o período de transição em um momento de guerra, de atacar o Avamileno, dizendo que ele estava dificultando essas informações, ou de atacar os secretários, dizendo que eles estavam dificultando ou apagando dados, não aconteceram. Porém, desabafa: “*Por mais que eles... não posso*

dizer que eles dificultaram, que eles apagaram. Mas, nem tudo que solicitamos foi entregue. E muitas coisas que, quando a gente assumiu, sentou na cadeira, percebemos que os computadores foram formatados”.

Diferentemente da última observação de Soares, Mantoan pontua o momento com uma visão positivista *“do ponto de vista da cidade nessa transição, inclusive, acho que você conversou com o Alexssander, para dizer pra você que nós fomos muito elogiados pela forma que fizemos a transição. Foi muito profissional mesmo. Nós fizemos reuniões com as equipes”.*

Mantoan recorda-se de seus últimos meses trabalhando na Prefeitura e conta que os secretários receberam do prefeito João Avamileno a incumbência de passar todas as informações que a equipe do novo governo solicitasse. *“De minha parte, pedi que cada supervisor de núcleo preparasse relatórios detalhados de seus trabalhos. Esses relatórios serviram de base para as reuniões de transição e ajudaram a equipe que assumiu a ter um panorama das demandas e produções diárias, bem como das pendências”*, observa.

Mantoan ressalta que, durante sua coordenação na Comunicação, convidou alguns funcionários de carreira, experientes, para ocuparem cargos de confiança. Ela acredita que a experiência desses profissionais foi imprescindível para os bons resultados obtidos no período. *“Um desses funcionários era minha secretária, com quase 20 anos de casa, que desempenhava papel fundamental na condução do núcleo administrativo. Para lidar com documentos, prestações de contas, compras, controles do RH, entre outros, é necessário alguma experiência. O preenchimento errado de um documento pode trazer muitos problemas na prestação de contas. No processo de transição, detalhei a atuação de cada funcionário ao novo secretário e depois fiquei sabendo que ele manteve a mesma secretária responsável pela administração. Os relatórios devem estar arquivados na comunicação”*, enfatiza.

Soares conta que, desde que ganharam a eleição, passando pela posse até os cem primeiros dias de governo, momento no qual é habitual ocorrer uma auditoria pública, o atual prefeito, Aidan Ravin, e ele – como gestor da Secretaria de Comunicação, assumiram uma estratégia comunicacional de não passar informações à mídia enquanto aconteciam esses processos. Ou seja, Aidan venceu a eleição no segundo turno, o que aconteceu no fim de outubro de 2008, deste momento até os cem primeiros dias de governo toda uma equipe omitiu informações aos jornalistas, melhor, optaram em não dar declarações sobre o que ocorreu no período transitório até o fim da auditoria pública que dura cerca de 90 dias a partir de 1º de janeiro de 2009.

Soares tranquilamente justifica: *“Nós assumimos com um governo cru do ponto de vista da comunicação. Totalmente calado, porque na transição, por orientação do novo prefeito, a ordem não era polemizar, a ordem era trabalhar. Foi uma estratégia dele e até minha, porque as pessoas que estavam na transição ainda não tinham a compreensão de que a comunicação poderia ajudá-los e prejudicá-los e ele não queria polemizar com o João Avamileno”*.

Para esclarecer, quando Soares diz *“assumimos com um governo cru do ponto de vista da comunicação”*, refere-se ao fato de a equipe montada por Aidan Ravin ser totalmente diferente das habituais. Normalmente, os indivíduos que exercem os cargos de secretários estão na vida pública há muitos anos, são profissionais que possuem experiência política e sobrevivem à custa da política. Aidan não quis inserir muitos profissionais com essa postura em sua equipe. Mais de 90% dos profissionais que assumiram os cargos de maior responsabilidade, os gestores das secretarias eram pessoas com pouca experiência política, para não dizer nenhuma, e muita experiência técnica. Cada um em sua área vinha de empresas privadas, com muito conhecimento técnico sobre a pasta que assumia, *“alguns empresários, então, podemos dizer que foram ‘profissionais que não dependiam da política pra sobreviver’, cada um possuía uma carreira, fora da gestão pública”*. Fato que chamou a atenção por fugir a regra comum.

Voltando à questão da comunicação, ou da falta dela, Soares ressalta que o jornalista queria informação durante a transição. *“Queriam falar, polemizar como: ‘o que você encontrou? Encontrou alguma coisa errada? Vai acertar? Vai mandar embora? Vai cortar contrato? Vai fazer auditoria? Vai fazer devassa? Vai denunciar o PT no Ministério Público?’*. E o Aidan disse que queria manter a cidade trabalhando, não queria polemizar. E qual é o custo disso? Qual foi o ônus disso tudo? Os jornalistas ficaram putos. Quando você fecha a torneira de informação, eles têm que buscar. E eu avisava isso pro prefeito. Se ele não fala, eu não falo, alguém tem que falar. E ele queria ver quem estava falando, porque percebia que as pessoas falavam o que não devia. Então ele adorou esse período pra entender o que as pessoas estavam enxergando e o que esperavam dele”, esclarecendo o porquê de adotar tal estratégia.

Parafraseando dito popular: nem tudo foi um mar de rosas como pensou Mantoan, Soares fez várias queixas quando assumiu o cargo no dia 1º de janeiro de 2009. *“O que a Ruth passou pra mim? Ela falou assim: ‘Eu tenho 10 funcionários. Tá aqui o nome, a função e o salário do comissionado. Esses caras vão embora no dia 1º”*.

Segundo Soares, ele e Ruth Mantoan tinham um acordo político, como todo mundo faz. Até dia 31 de dezembro, o prefeito que perdeu exonera todos os comissionados, para que o que entra possa nomear quem quiser e os de carreira continuam, e tem muitos de carreira com gratificação.

Porém Soares queixa-se afirmando que *“eles não tiraram a gratificação desse pessoal, que era o combinado também; mas eles deixaram pra gente. O que dá um grande desgaste. Imagina você chegar pro cara que durante cinco a seis anos tem uma gratificação e acabou exercendo uma função de chefia e ele toca um departamento inteiro e você chega pra ele e fala que vai tirar a sua gratificação, você trava um departamento inteiro da prefeitura. E, às vezes, ele volta ao salário dele de origem que era muito menor, então você trava o departamento inteiro. E eles não mexeram em gratificação. Eu tinha que reavaliar a situação de cada um. Além disso, me deixaram sem contrato com uma agência de publicidade. Precisava lançar uma licitação, que é uma das coisas mais complicadas. Eu assumo a Comunicação do Aidan de mãos atadas”*.

Sem perder o raciocínio, Soares continua *“o computador formatado. O banco de imagens da cidade zerado. Deixaram o clipping, mas, por exemplo, o banco de criação, tudo que foi criado de peças publicitárias pra eu ter uma história, zerado. Eu posso criticar quem estava aqui sendo que não existe uma lei de que é obrigado a deixar? É formalizada a transição? Tá no papel de que ele é obrigado a não formatar, de que não pode apagar o documento? Não existe isso. Se não existe isso, é na camaradagem política. Tem algumas coisas que, por exemplo, amanhã vou embora, você vai confiar no que a pessoa que ficar vai fazer com os seus documentos? Que uso ela vai fazer do seu computador pessoal? Não tem nada aqui pessoal, só profissional, mas entendeu? Eu não posso criticar, mas não existem parâmetros pra determinar esse período da transição”*.

Retomando a questão da comunicação, perguntamos a Soares como foi seu plano de mídia, mesmo que continuasse a não fornecer dados à imprensa. Ele nos conta que tanto ele quanto a equipe da Secretaria de Comunicação sofreram muito. *“Aidan assumiu com uma estratégia cautelosa e, imagina, um governo que assume depois de 12 anos, 12 seguidos, com a responsabilidade e obrigação de mudar a cara da cidade. Aí você descobre que não tem verba de publicidade pra fazer isso. Você descobre que a única ferramenta que você tem, não tem contrato. Você começa a entender o jogo político dos veículos de comunicação da região, que isso não foge da realidade nacional. A conversa passa pelo plano de mídia, por verba. Então existe essa discussão.*

Eu não tenho dinheiro nem liberado e nem disponível pra fazer anúncio em nenhum jornal. O que você cria com isso? Uma antipatia em cima do seu governo. O que eu fiz? Durante nove meses, eu segurei a secretaria no peito. Era o marqueteiro, o secretário e o assessor junto com minha equipe. Tinha que trabalhar que nem um retardado”, avalia.

A partir da declaração de Soares, essa questão interfere na “maneira” de se fazer comunicação, do ponto de vista prático do mercado. “Desculpem-nos os colegas: muitos são os jornalistas, mas pouco são os assessores.” Assim começa a análise de Maria Regina Estevez Martinez (2006, p. 218-219):

Hoje toda informação a ser divulgada deve ser elaborada com muito cuidado e atenção, depois de passar por uma sondagem e discussão com as lideranças da empresa, instituição ou órgão governamental de forma a atender aos interesses dos públicos a serem atingidos, bem como aos interesses institucionais. Mais ainda: nem todo jornalista é um “assessor”, é que a grande maioria faz parte do corpo das redações e tem circulando nas veias a adrenalina da busca da informação, enfim, a busca competitiva de ser inédito e correr na frente. Esse profissional não tem as características necessárias para ser um assessor, um pensador estratégico da informação e de sua veiculação (MARTINEZ, 2006, p. 218-219).

Nesse sentido, a assessora de imprensa da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Santo André, Ana Paola Bonilha, declara que *“na parte de imprensa, eu acho que a gente não sentiu tanto a falta da agência de publicidade”*. Compartilhando do mesmo ponto de vista de Bonilha, Célia Santos, também, assessora de imprensa e trabalho no mesmo departamento, acrescenta *“acredito que para essa administração aqui o mais importante é o departamento de publicidade do que o departamento da imprensa (imprensa neste caso entende-se como assessoria de imprensa)”*.

De acordo com Mantoan, a única coisa que não deu para deixar foi o contrato de comunicação que havia com uma empresa externa. *“Para você gerir o dinheiro da comunicação, você faz um contrato com uma empresa de comunicação, na época era a Octopus³⁶; o nosso contrato estava no fim, agora esse contrato é assim: a gente assina, você assina, você responde perante a lei por aquilo que você assina, e aí ele tinha que ser renovado. Nós não poderíamos renovar sob nossa responsabilidade. Então deixamos para que eles fizessem a licitação e fizessem um novo contrato, que não fosse em nosso nome”*, esclarece.

Quando perguntamos aos funcionários públicos da Secretaria de Comunicação, como foi o processo transitório, a resposta foi rápida, nem pensaram duas vezes para responder que não viam uma mudança nítida, talvez por não acreditarem que pudesse

³⁶ Octopus é uma agência de publicidade e propaganda, localizada no município andreense, que foi responsável pela comunicação externa da Prefeitura de Santo André, na época da administração do prefeito João Avamileno (PT). Uma de suas principais funções eram as campanhas publicitárias.

existir essa mudança. As duas assessoras de imprensa voltaram à questão da transição para o lado sentimental, o lado da perda, no momento em que as pessoas que trabalham como comissionados e estão juntas há anos são exoneradas. Já o fotógrafo Julio Bastos, mantém sua posição no ataque, com críticas, em geral, não muito positivas ao PTB.

Bonilha afirma: *“Para quem tá ali, no braçal do dia a dia, não há uma transição prática, talvez, isso ficava lá em cima com a chefia... então eram números, contas, contratos e tal, mas na prática a transição de postura ou de forma de trabalho não existe. Continua fazendo seu trabalho como de costume, o procedimento que eu já tinha como assessora de imprensa eu mantive. Só que aí o que acontece?, muda de gestão, todos os funcionários vão embora, foi o que aconteceu: todos foram exonerados no dia 31 de dezembro. Então sobraram quatro ou cinco concursados, então todas as secretarias são distribuídas, com quem fica, aí você vai respondendo as demandas que aparecem. Na transição do João Avamileno foi um choque porque um dia você acorda com todos os seus amigos que você conviveu quatro anos e, no dia seguinte, foram mandados todos embora, ao mesmo tempo. Essa é a maior mudança”*.

Célia Santos diz que a maneira de conduzir muda. *“No período de transição a gente sentiu o que viria, por causa do pessoal que estava fazendo a transição. Era um pessoal muito diferente: refiro-me à maneira de se portar, de falar, eles sempre sisudos, sempre os encontrávamos engravatados e depois ficamos sabendo que foi um acordo deles de virem assim. Concordaram de vir todos de terno e gravata, coisa que não é habitual na prefeitura. Eles mostravam que eram um grupo com um diferencial e eram. Para a gente, o que ficou da comunicação é a perda de vários amigos que fizemos ao longo do tempo e que iriam mudar. Nossa preocupação era quanto à entrada do novo secretário que assumiria em janeiro. Qual seria a postura dele? O que ele iria esperar da gente?”*

Célia Santos acaba por comparar os dois secretários após conhecer Alexssander Soares. *“Quando o Alex entrou, a postura dele foi muito mais de chefe. Todo mundo o respeitava e sempre o respeitou como o tal. Mais próximo como profissional, como colega, que veio para compor, para ajudar. Já a Ruth era secretária, mas a gente meio que se estranhou. Não teve discussão, nunca tive discussão com ela. Mas, na época da Ruth foi muito mais tenso do que com o Alex. Foi assim desde o começo. Não falo isso por questões de exigência, era por uma questão de postura mesmo, uma questão de postura profissional”*.

Bastos conta que *“na fotografia fazia, editava, fotografava, arquivava, distribuía. No final do governo do PT, quando o Aidan entrou, aí deram uma boa*

modernizada. Colocaram uma máquina nova, contrataram mais gente, trouxeram computadores novos. Os computadores começaram a modernizar, porque o computador pra trabalhar imagem tem que ser bom. Quanto à transição eu te diria que não faz a mínima diferença. A comunicação não é vista como uma coisa estratégica pro governo, não aqui em Santo André. Talvez em outros lugares deveria ser vista como estratégica, mas não é vista desse jeito pelo menos não pelos secretários de Comunicação e muito menos pelo próprio prefeito. Algumas pessoas dentro do gabinete têm essa visão. Sabem usar estrategicamente a comunicação pra atingir seus objetivos, mas a maioria do governo é muito fraca, são muito ignorantes, essa que é a verdade. Eles não têm essa visão, então a comunicação é usada pra fazer propaganda, pra apagar incêndio, pra correr atrás do prejuízo, mas não exatamente pra fazer um planejamento estratégico. Então eu não vejo que a comunicação tenha uma transição, sabe?, pra nós, funcionários, a gente fica no final, ou seja, ao Deus dará até que o outro governo aprenda a trabalhar. Isso dá um ano. Seis meses do governo anterior por causa da eleição e mais seis meses do governo que entra. Por isso, não acontece nada e, dependendo do governo que vem, é pior, mas, por exemplo, o PT tem um planejamento mais democrático pra trabalhar”.

Por não sentirem na prática o processo transitório na área da comunicação, nos interessamos em saber como ficou o trabalho interno, a demanda de *releases* para a mídia, principalmente, porque Soares nos relatou que a principal estratégia da comunicação era não dar informação à mídia, o que, acreditamos, refletiu de alguma forma no trabalho da assessoria de imprensa.

Célia Santos conta que “*a demanda de releases diminuiu bastante. Mesmo porque os secretários que estavam entrando, não só o Alex, no caso, acho que nenhum, ou, a maioria, uns 90% deles não eram políticos. Talvez, 99%. Era um pessoal técnico, então já era meio complicado para poder fazer com que eles falassem com a imprensa. Porque eles estavam conhecendo o funcionamento interno no primeiro momento. Como eles estavam conhecendo, quando falavam, não sabiam o que falar. Então a ordem pra assessoria foi de que toda hora tinha que ter a interferência do Alex, mesmo na minha área. Se tinha algum problema, ele falava: ‘Eu não vou falar’, aí tinha que convencer o Alex de que a gente precisava falar com a imprensa sobre tal ocorrido”.*

Bonilha, afirma que “*as quantias de releases produzidos cai muito, porque para a administração. Dá um certo choque de você não ter pauta para divulgar, porque você não sabe se determinado projeto vai continuar. Nesta fase de transição, a equipe que*

entra pega as informações que vieram do governo passado, mas não sabem muito bem o que vão fazer com ela”.

Quanto ao formato dos *releases*, Bonilha sentiu uma brusca mudança e certo desagrado e compara o formato de texto trabalhado na época do PT e agora com o PTB. *“Eu tenho a impressão que a gente na outra gestão podia pegar mais leve com as coisas, tinha uma coisa mais de serviço e menos publicitária nos releases. Hoje, quando a gente faz um release, tem que falar do serviço da gestão passada e comparar os números de investimentos e tal; antes nossos releases podiam ser mais “basição”. Hoje eles têm a forma de trabalho mais publicitário, a coisa mais focada na imagem do prefeito, uma forma no sucesso dos projetos e na mudança com relação à administração anterior”.*

Após se dar conta dessa mudança, Bonilha desabafa: *“Eu estranhei muito. Eu não gosto. Porque, como assessora de imprensa, você está vendendo para a mídia uma ideia e você tem que acreditar nela. Essa é a questão que eu te falo que está me deixando desanimada. Mas é muito difícil, para mim, fazer um tipo de texto que faz muita propaganda mesmo que a coisa seja boa. Eu acho que a função da imprensa é informar e a publicidade tem que dar brilho, se você vender um release todo floreado e mandar para os jornalistas, eles nem leem porque é um release muito cheio de coisa”.*

Bonilha conta que esta gestão não conseguiu, ainda, estabelecer um padrão nos textos dos assessores de imprensa, com isso há muitas revisões: as alterações, na época do PT, eram muito poucas, mas era um pedido assim: *“Olha, faz isso aqui, escreve mais um pouco”.* A comparação é clara com o PTB: *“Põe que em tantos anos não foi assim e não houve isso”.* Então, de acordo com quem está na cadeira de diretor de imprensa (isso muda toda hora também), o release sai de uma forma. *Se você pegar os releases, talvez não perceba com tanta clareza isso, mas por trás foi uma coisa que eu senti desde o começo”.*

Como os textos utilizam muitos dados comparativos, como fazer um balanço anual, Bonilha reclama que, por exemplo, na área da educação que ela precisa fazer um *release* e se ela não tivesse feito *backup* em seu computador não teria os números, que são levantamento de prestação de contas sobre a evolução do ensino público na região, na época do PT porque, segundo ela, parece que os dados foram deletados dos computadores da Secretaria de Educação.

“Brincava com um assessor de imprensa que atuava direto com o Aidan, porque toda hora ele vinha me pedir números, balanços referentes à educação que amplia atendimento e tal, só que ele queria números comparados com crescimento da gestão

anterior. Então, você tinha que fazer quanto tinha crescido o atendimento 2009 a 2012 em comparação com 2004 a 2005 e a 2008. Era gestão atrás de gestão, só que, quando chegava na educação, ele pedia o número da ampliação da gestão anterior para dizer em quatro anos cresceu mil vagas em quatro anos do governo Aidan, ou cresceu 6 mil, mas não tem, porque o PT apagou tudo que tinha da gestão anterior. Eles apagaram. Não tem nada ali na Educação, se você pedir números do PT, não tem”, ressalta.

Bonilha desabafa: *“Eu estava tão decepcionada que, quando fosse me perguntar da transição, eu diria: ‘Não tem transição nenhuma, apagou tudo e começou tudo do zero’. Eu estava tão revoltada que não tem transição, apagou tudo e você tem que começar do seu jeito. Fizeram lá na Secretaria da Educação o mesmo que fizeram aqui com o Alex”*. Neste caso, Bonilha refere-se ao fato de, quando Soares assumiu a pasta da Secretaria de Comunicação, encontrou o computador formatado, o banco de imagens da cidade deletado. *“Deixaram o clipping, mas, por exemplo, o banco de criação, tudo que foi criado de peças publicitárias no decorrer dos 12 anos, haviam sido “zerado” pra ele, ou seja, em casos como esses é lamentável, visto que há uma perda de documentação histórica”*.

As informações das assessoras de imprensa são, na maioria das vezes, muito opostas à declaração que Soares deu quando descreveu como trabalhou a comunicação sem contar com a verba da publicidade. *“Tive que construir a imagem do Aidan na cidade divulgando release. Santo André hoje é a Prefeitura que mais tem textos divulgados e publicados na imprensa, no jornal. No mês de dezembro, a gente publicou o que equivale a 160 páginas no jornal Diário do Grande ABC. Percebi já que não tinha publicidade carreguei na informação. Nós divulgamos cerca de 12 a 13 textos por dia, com fotos, tem vídeos, tem áudios, assim você constrói uma imagem. Não é suficiente, mas ajuda, principalmente num momento de crise”*.

Uma crise, ainda que inevitável, pode ser gerenciada e a comunicação costuma desempenhar papel fundamental nesse processo. Na verdade o planejamento de comunicação para o gerenciamento de crises começa sempre muito antes da crise, conforme sugere Bueno (2009, p. 143-145):

O gerenciamento atenua os efeitos da crise, contribui para que ela seja debelada em tempos mais curtos e pode – o que é fundamental para os comunicadores – impedir que a imagem ou a reputação sofra abalos graves. [...] A organização que sabe gerenciar uma crise tem definido já previamente um plano de emergência. Evidentemente, ele não se limita ao relacionamento com a mídia em situações emergenciais, mas também o abrange. Tudo ficará menos complicado se o relacionamento da organização com a imprensa tem um passado positivo. Se, ao longo do tempo, esse relacionamento tem se caracterizado por um compromisso mútuo com a ética, a transparência e o profissionalismo, um bom caminho terá sido percorrido para evitar que a crise alcance proporções descabidas na mídia.

Yves Mamou (1992, p. 13), enfatiza que “a diferença entre momento em que o acontecimento se produz e o de quando ele é difundido tende a se anular”.

Questiona-se muito, hoje, se a mídia fabrica a crise ou se a crise precede a exploração pelos meios de comunicação. Na verdade, a mídia alimenta-se da crise. Há uma tendência, sobretudo nos meios audiovisuais, para que a informação dê lugar à mídia espetáculo. A crise – qualquer que seja sua dimensão – cai como uma luva nessa pauta. Se as crises transformam-se em pratos prediletos da imprensa, não há como as empresas evitarem a contingência de mais cedo ou mais tarde serem “premiadas” por qualquer tipo de mídia. Tudo pode ser uma questão de tempo (MAMOU, 1992, p. 21).

Rosa (2001, p. 99), diz que “para quem está no centro de uma crise, perder a iniciativa logo que ela eclode pode significar a perda de todo o processo”.

Ao lidar com a mídia, diz Frank Corrado (1994, p. 163), existem três estratégias ou atitudes para enfrentar notícias negativas:

“não fazer nada; reagir apenas quando algo acontece; ou ser proativo. As duas primeiras alternativas, segundo ele, são estratégias conservadoras, melhor dizendo, arriscadas e desaconselhadas. O melhor mesmo, está na força da comunicação, ou seja, o mandamento básico é: conte tudo e depressa. Quem fugiu dessa regra acabou arrependendo-se mais tarde”.

Por outro lado, a imprensa reclama da quantidade de *release* que recebe e da diferente forma de comunicação adotada pelo governo do Aidan.

Carlos Balladas afirma que em seu jornal, *Ponto Final*, “a quantidade de releases que chega da Prefeitura de Santo André varia muito, uma média de uns cinco por semana. Em contrapartida, São Bernardo está mandando mais, Diadema manda; Mauá manda; mas São Bernardo está mandando uma média de dois releases por dia”.

Em contrapartida, Balladas lembra que na época do PT os release da assessoria de imprensa eram diferentes: “Na época do Avamileno, eles ressaltavam o fato, ressaltavam a ação que estava sendo divulgada e escondiam um pouco o prefeito”.

Renan Fonseca ressalta que o jornal *ABCD Maior* nem *release* recebia porque os profissionais de comunicação foram proibidos de darem qualquer tipo de informação a eles: “Nós, do ABCD MAIOR, ficamos alguns meses, acho que oito meses a um ano assim. O primeiro ano sem conseguir informação oficial da prefeitura. Informações básicas, informações simples, que não eram passadas. E até mesmo o pessoal do funcionalismo público, me falava: “Olha, eu não posso te passar isso aí. Mesmo fazendo parte da Prefeitura e não do partido, como é o caso do Alex e de outros jornalistas, eu tenho que seguir uma linha e minha linha é: eu não falo com vocês”.

Para uma melhor compreensão, vale dizer que o jornal *ABCD Maior* pertence ao Sindicato dos Metalúrgicos, ligado à CUT, e apoiava o PT, dando pouco espaço a matérias positivas ligadas a administrações não petistas. Nesse sentido, as

materialidades classificam-se como portadoras de formações ideológicas distintas. Possuem discurso ideológico, conhecidamente de esquerda, cuja preocupação maior é melhorar as condições trabalhistas, além disso, o jornal busca viabilizar, também, matérias com histórias de lutas e movimentos sociais.

Leandro Amaral, jornalista da *Rádio ABC* e do jornal *Repórter Diário*, também, reclama da falta de material de divulgação que recebe da assessoria de imprensa e da forma com que eles passaram a trabalhar. Faz uma análise comparativa com o governo anterior: *“Sinto muita diferença pelo seguinte, o PT tem total conhecimento da agenda do prefeito, a atual assessoria de imprensa não tem conhecimento da agenda do Aidan. Quantos releases nós recebemos falando que o prefeito iria estar presente e o prefeito não compareceu e quanto o release que o prefeito não constava como presente e ele compareceu e isso sem falar na quantidade de releases que a gente recebe dois, três, semanais quando muito, por exemplo, você, comparando com a prefeitura de São Bernardo, são dois, três releases por dia”*.

Amaral ainda reclama que chegou a receber aviso de pauta depois que a o evento havia acontecido. *“Você não recebe o conteúdo ou a íntegra daquilo que aconteceu se, porventura, você não pôde ir. E nem preciso dizer que fotos para ilustrar a matéria, eles só enviam quando você pede, fora, eu não lembro qual foi o último que eu recebi da prefeitura de Santo André. Voltando a questão dos releases, você tem uma comunicação que não comunica as obras do governo, não tem agenda do prefeito, você liga, pede agenda, você nunca sabe o que o prefeito vai fazer ou não, como você vai previamente pautar uma redação se você não tem agenda do governo? Complicado. Aí depois vêm os releases mais publicitários, com as reportagens mais publicitárias do que jornalísticas, você aproveita muito pouco daquele conteúdo, aí você liga pro prefeito para complementar, o prefeito não tem informação, a assessoria não te passa”*.

As informações de Soares não condizem com os trabalhos desenvolvidos pelas assessoras de imprensa entrevistadas tampouco com o material que a imprensa diz receber. Soares também ressalta que, além dos textos que divulgavam, ele utilizava fotos, vídeos com áudio, enfim, outra informação contraditória visto que Bastos, o fotógrafo do departamento, nos disse logo que questionado sobre a transição: *“Nós, funcionários, a gente fica no final, ou seja, ao Deus dará até que o outro governo aprenda a trabalhar. Isso dá um ano. Seis meses do governo anterior por causa da eleição e mais seis meses do governo que entra. Por isso, não acontece nada”*. Se Bastos é o fotógrafo e declara que no processo transitório não acontece nada, quem fez as fotos e os vídeos?

Outro fato importante é que Júlio Bastos foi transferido para a Secretaria de Comunicação porque o departamento para o qual ele prestou concurso foi extinto no último mandato do ex-prefeito do PTB, Newton Brandão (1993 a 1996). E, por coincidência ou não, a função de Bastos no concurso que o tornou funcionário público da Prefeitura é editor de imagem para trabalhar com vídeo.

Há 20 anos trabalhando na Prefeitura, Bastos segue à risca o estatuto do funcionalismo público. Se isso é bom ou ruim, não nos cabe julgar, porém, nesse processo transitório, Bastos foi transferido da Secretaria de Comunicação para o Centro Público de Trabalho e Renda. Perguntamos qual a função que ele exerce lá e como era de se esperar, Bastos responde: *“Nada, fico lá sentado, não tem que fazer nada, entende? Politicamente a prefeitura não está preocupada com isso”*. Não nos cabe analisar e questionar o porquê do ocorrido, contudo trata-se de um funcionário de comunicação que se encontra “encostado” para, segundo ele mesmo, não fazer nada. Tal acontecimento nos fez observar e constatar, durante a entrevista, que o Bastos se encontra em plena capacidade mental para exercer suas funções. Para não sermos tão críticos, ou intrometidos, também, podemos salientar que o fato vai contra os princípios moral e ético e contra o estatuto do funcionalismo público, que se encontra em vigor desde a década de 1950, ou, no caso, Estatuto do Funcionário Público de Santo André³⁷, promulgada a Lei N.º 1.492, de 02 de outubro de 1959. No estatuto do servidor, as leis vão de nomeação, promoção, transferência e remoção, readmissão, estabilidade, dos deveres, das proibições e das responsabilidades entre outras.

“O discurso de Alex é muito bonito, mas, na prática, não é tão bonito”, diz Bonilha. “Porque os comissionados são muito pressionados a fazer campanha. Isso também não existia na outra administração com tanta veemência, tem a carreato do agasalho. Comissionados têm que participar da carreato, quem não for tá com a mão na faca nessa administração. Na gestão do PT os comissionados eram convidados a participar. Havia uma pressãozinha e era bom ir. Então, filmavam os comissionados separando as roupas das doações, aí eles passavam uma listinha que cada um tinha que ir duas vezes por mês e tinha que ir dar o nome e as pessoas que não iam tinham medo de perder o cargo, mas agora é pior”.

“Contudo Alex sabe reconhecer nosso trabalho”, enaltece Ana Paola Bonilha. “Eu acho que o Alex foi muito bacana de reconhecer que nós éramos poucos, que tínhamos muito trabalho, que tínhamos muito serviço pela frente, que a gente aí ter que

³⁷ Estatuto do Funcionário Público de Santo André encontra-se disponível em: http://www.cmsandre.sp.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=470&Itemid=36.

segurar a onda, sozinho por um tempo. Enfim, isso a gente percebeu que tinha esse reconhecimento, então facilitou um pouco”.

Por outro lado, Célia Santos recorda-se da dificuldade inicial de adaptar-se à forma de trabalho, pois tudo que vinha da imprensa tinha de passar pelo secretário para decidir se podia falar, se não podia falar, então naquele momento tinha se limitado. *“A gente tinha se limitado e eu acho que o problema maior foi com a expectativa que era tanta. Já que mudou, vamos mudar para alguma coisa melhor, vamos virar a página e continuar tocando e, você viu, essa demora foi uma coisa muito grande, um período muito grande, para começar a ter um retorno que você pudesse trabalhar legal, o que houve foram muitas promessas, ou a vontade de fazer coisas que não saíram do papel”.*

“Principalmente para a comunicação, deveria ser mais aberta; em uma administração pública, sendo assessor de imprensa, você está ali para defender o seu cliente, mas você tem que ser honesta: se tiver algum problema, você tem que tentar amenizar o problema na hora de passar, você tem que atender os veículos de comunicação, todos, não importa se está mais para o lado de política ou não, você tem que atender. Você tem que fazer o seu serviço, você tem que informar a população sobre as coisas boas e as coisas ruins, fazer o trabalho preventivo, fazer campanhas sociais e esse trabalho não pode ser limitado, não pode desviar o foco”, critica Santos.

Com o passar do tempo, Soares conseguiu, aos poucos, ir montando sua equipe de comunicação. Segundo ele, é uma equipe de assessoria de imprensa *“mais profissional, os profissionais dão respostas, que entende o mercado, que são do mercado”.*

“Você começa tentar a implementar sua política de comunicação interna e externa que contempla marketing e imprensa. Você começa a formar seu time, o quadro de funcionários que a gestão anterior deixou em aberto e, por eu ter uma característica de secretário sem vínculo político, eu cheguei ao prefeito e falei: ‘Tenho a liberdade de montar uma equipe com algumas pessoas que ajudaram na campanha. Elas te ajudaram lá atrás e podem continuar ajudando dentro dos critérios profissionais’. Ele falou: ‘Ok!’. Devagarzinho vou contratando as pessoas. Qual perfil que eu busco nas pessoas? O profissional. Uso meu network”, explica Soares.

“Hoje a equipe é eminentemente profissional, mas não tenho indicação política na secretaria. O que isso ajuda no trabalho do dia a dia? Tenho pessoas que considero capacitadas e competentes e tenho pessoas aqui que tenho que administrar sua competência, fruto de um acordo político de um vereador e outras coisas. Qual é a vantagem e desvantagem nisso? A visão política deles é diferente da de quem é fruto de

uma indicação política. É um time formado por uma grande miscelânea. Qual é a desvantagem nisso? Você fica mais entre (...) fragilizado do ponto de vista político interno e externo. Isso dá o direito de qualquer vereador, qualquer deputado dizer que essa Comunicação não funciona porque um político indica uma pessoa para trabalhar aqui e essa pessoa não foi contratada. É claro que esse político vai nos olhar com maus olhos. Do público externo, os amigos dos amigos indicam uma pessoa e ela não foi contratada, eles vão falar bem ou mal? Mal. Isso é uma desvantagem porque eu criei uma equipe técnica, profissional, de currículo”, conta Soares.

Apesar de não apreciar a gestão do PTB, por motivos pessoais como já apresentamos, Júlio Bastos não fica indiferente ao fato de elogiar a capacitação profissional dos profissionais que vieram para esta gestão. *“Eu percebo também que neste governo do Aidan ele contou com gente mais atualizada. Melhor capacitada e contratou pessoas com formação melhor do que no tempo do PT. O PT contratava muita gente que é, tipo assim, por questões políticas. Já este governo, não. Ele pegou pessoas melhores, secretários da área, gente com uma formação melhor, gente mais jovem. Então a produção melhorou, se modernizou, mas esse ano tudo virou para o lado político. Não sei se eram só empresários, pelo menos a maioria era. Achei que foi bom porque isso deu uma modernizada. Porque eles têm outra visão de mercado. Mas também tem a contrapartida, eles não têm opinião política, dessa coisa de como funciona a máquina pública”.*

Como tudo tem seus prós e contras, Bastos esclarece que *“são duas coisas separadas, visão política é uma coisa e outra coisa é como funciona a máquina pública. A visão política não é exatamente entender como funciona a máquina pública, a visão política é fazer política pra ficar no poder. Já a máquina pública quem melhor entende é o funcionário que tá aqui”.*

Ainda de acordo com Bastos, *“o cara que entende a lei sabe o que é o estatuto, sabe como é o procedimento, a burocracia que tem que ser cumprida. Aqui, se você quer fazer alguma coisa, tem que escrever um memorando, isso tem que estar registrado. É uma outra forma de proceder e ninguém quer se submeter a essa forma, quer passar por cima disso e fazer um monte de besteira, que depois vai ter que responder por ela, esse é o problema”.*

3.3.1.4 Produtos comunicacionais

Com a equipe montada, Soares recriou o jornal interno do servidor. *“Era um jornal de quatro páginas preto e branco grampeado no holerite. Todo mundo conta, o*

funcionário de carreira, que ia tudo pro lixo. Como que eu vou gastar dinheiro público, se não tem apelo informativo? Se daqui a quatro anos o cara que vir falar assim: ‘Olha como a Secretaria de Comunicação valorizou vocês, suas necessidades, seus interesses’”.

Nesse sentido, Bonilha, acrescenta positivamente: *“Na época do PT, tinha um informativo, tipo folha A4 dobrada ao meio que chamava Entre Nós. Aí mudou e veio um outro veículo feito pelo PTB chamado Psiu! Esse jornalzinho do PT era feito e entregue aos funcionários junto ao holerite. Senão ninguém levava pra casa, muita gente nem abria, pegava o holerite jogava o jornalzinho fora, no lixo, era muito careta. Uma coisa bem séria. Por isso o Alex mudou a forma, fez uma coisa mais colorida e distribuía e você pegava se queria. Essa revista era maior, o papel era reciclado muito bonito e bem bolado, colorido, fazia entrevista, trazia serviço, foi bem legal, bem bacana. Mas com o tempo os funcionários foram perdendo o interesse, aí começaram a achar que não valia os gastos e pararam de fazer a revista. Foi bem aceita no princípio. Usava muito depoimento dos funcionários, muitas fotos dos funcionários, tentaram fazer parcerias com algumas lojas e você tinha descontos por ser funcionário da Prefeitura, mas começou a ficar uma trabalhadeira ter que arranjar as lojas que concordassem e por fim não rolou mais. Porém, nessa gestão do Aidan tudo parecia mais vivo, parecia mais alegre, parecia mais dinâmico, porém nada que fizeram, no sentido de material comunicacional sobreviveu. A revista Psiu! só durou dois anos”.*

Apesar de a revista ter sido impressa só até o ano passado (2011), teve uma boa receptividade por parte do funcionalismo público. Santos, ressalta que *“o jornal do PT, vinha no holerite, ninguém gostava, ninguém lia. Era um catálogo que ninguém lia, jogava no lixo, é isso. Aí ele disse que queria fazer algo diferente porque ele já tinha trabalhado em uma revista e tal, mas, por fim, foi a que a gente chamava de jornal”.* *Estávamos em um estilo de uma revista, mas era um jornalzinho, né? E isso, sim, foi novidade pra gente que trabalha diretamente com o funcionário. As colunas eram bem razoáveis, então isso foi uma inovação que a gente não tinha. Foi a única coisa diferente que a gente pode estar destacando”.*

Apuramos que o processo transitório que normalmente acontece entre o secretário que entra, neste caso, de Comunicação, com o que sai, não passa de um *“acordo de cavalheiros”*, como diz Soares *“não há lei alguma que diz que o governo que sai é obrigado a deixar relatórios e documentos que demonstre o andamento do órgão público”*. Neste caso em específico, *“fornecer informações públicas se desejar”* chega ser insultante a inteligência da população brasileira. Deixa de ser uma questão

local, municipal e torna-se nacional. Acreditamos que este tipo de ação que ocorre nesse processo transitório; não parece uma prática inteligente dos governantes.

Desse cenário, no próximo capítulo analisamos a importância da comunicação diante as divergências políticas, a represália existente em jornal do ABC apesar da liberdade de expressão, que se deu com a implantação da democracia e, também verificaremos questões como imagem eleitoral, gerenciamento de crise durante o segundo turno e a importância e o desafio do assessor de imprensa da máquina pública.

4º CAPÍTULO

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO E AS DIVERGÊNCIAS POLÍTICAS

“Um homem é sempre um contador de histórias. Ele vê tudo que lhe acontece através delas. E, ele tenta viver a sua vida, como se estivesse contando uma história”.

Jean Paul Sartre

4.1 Um outro olhar possível

Quando percebemos que a entrevista com os funcionários da Prefeitura já fluía tranquilamente, refizemos a pergunta sobre a importância da comunicação no processo da troca de gestor municipal.

Célia Santos refletiu e disse: *“Eu acho que nunca olharam a Comunicação de Santo André com o olhar da importância que ela tem, nunca foi vista dessa maneira. Posso dizer que a comunicação nunca foi valorizada direito, nem na época do João Avamileno. A comunicação da prefeitura nunca teve valorização, nem o profissional. Por exemplo, se você não tem o computador para trabalhar, usa a caneta... era assim. Então nesse aspecto o Alex conseguiu colocar o computador pra gente”*. Observamos aqui que, quando Santos diz *“a comunicação nunca foi valorizada”*, ela passa a compartilhar da mesma opinião de Júlio Bastos.

Ana Paola Bonilha acrescenta: *“A mudança existe, o que não existe é uma preparação pra mudança. Você tem que ir se adaptando conforme o barco vai correndo. Então, se o seu chefe que chega quer dessa forma, então você vai fazer do jeito que ele quer. É assim que funciona tudo aqui: conforme vai mudando a chefia, a gente tem que garantir o nosso; mesmo como CLT ou de carreira. Essa situação da comunicação se reflete na Prefeitura como um todo, eu acho que é uma administração desorganizada”*.

A partir desse aspecto, Célia Santos desabafa: *“Eles chegaram aqui, e aí? E agora? Um modo de governar totalmente diferente, eu vejo duas coisas: primeiro um secretário e o gabinete do prefeito. Você não tem liberdade pra descer, isso desde o primeiro dia que foi assim com o Aidan. Com o João você descia, as portas eram abertas, falava com a secretária, mas, se precisasse falar com ele alguma coisa, era só aguardar um pouquinho e já falava com ele. Você tinha acesso porque as portas eram abertas”*.

Ainda, segundo Santos, *“desde o primeiro dia do Aidan, do governo dele, eles já fecharam as portas do gabinete e não entrava ninguém sem ser anunciado, sem ter passado antes por um, dois, três, quatro secretários. Mesmo assim, nós não tínhamos*

acesso ao prefeito, quem tinha era o secretário. Esse ponto foi horrível. Complicou mais o pessoal que fazia parte da política. Porque ele não falava, não aparecia, não tinha contato próximo à assessoria, como tinha com o João, e marcava entrevista e ele sempre chega atrasado em todos os lugares, nos compromissos internos e externos. Então a gente sempre ouvia críticas da imprensa por conta disso”.

Compartilhando do mesmo pensamento, Sergio Vieira, revela que *“com o Aidan, a gente precisa criar estratégia, tentar acompanhar uma agenda. Nós percebemos que ele é muito blindado. Não sei te dizer se é por causa da equipe, ou se é... não de onde parte. Só posso te dizer que eu, como jornalista, como editor do Diário, entendo como uma estratégia equivocada. Porque, quando você tem uma notícia que aparentemente não é positiva pra administração, você se esconder é muito pior. E a administração de Santo André faz muito disso. Com muita frequência eles dizem: ‘Não vamos responder”*”.

Ainda, segundo Vieira, o mais interessante nesse processo transitório foi perceber o quanto o João era acessível. *“As administrações petistas como um todo têm uma cultura de centralizar o acesso ao prefeito, de secretários na Secretaria de Comunicação e isso às vezes barra demais. Não que a gente não tenha acesso por telefone, eles mesmos dizem: ‘Olha, sobre isso eu não posso falar; tenho orientação pra não falar’. Historicamente as administrações petistas fazem isso. Mas, no caso do Avamileno, ele nos atendia quando a gente ligava. Nós tínhamos uma relação cordial com os secretários. Entendemos a filosofia da secretaria de comunicação, mas nosso papel é chegar nos políticos. Se a gente precisar ir na casa do prefeito, a gente vai e ele nos atendia. Mas o João nos atendia e atendia no celular”*, analisa positivamente.

“Com o Aidan, não, e nem mesmo os secretários. Aí normalmente dá nessa questão da máquina administrativa de que precisa inovar. A gente manda pedidos de entrevistas e na maioria das vezes não acontece”, compara Vieira.

Leandro Amaral critica: *“O Aidan não poderia ter sido blindado, como foi, pela assessoria de comunicação. A comunicação nesse ponto também foi culpada. Porque ela blindou o Aidan! Desde outubro. Agora uma pergunta que fica é a seguinte: foi blindado porque o Aidan quis e pediu ou assessoria blindou sem o Aidan ter conivência, por uma estratégia e o Aidan aceitou e em nenhum momento ele se deu conta? Eu diria que foi estratégia equivocada! Quantos fantasmas foram criados ao longo desse tempo ou quantas faltas negativas foram alimentadas na mídia por conta dessa blindagem do Aidan?”*.

Direto e objetivo, compartilhando da mesma opinião dos outros entrevistados, Fonseca ressalta: *“O Aidan pegou a assessoria de imprensa, os comissionados da assessoria pra blindarem ele”*.

Mediante tão incisivas mudanças, Fonseca relata que *“se for ler os jornais diários na época do João, perceberá também que todos os jornais tinham acesso. O João dava entrevista e o secretariado também, além de ficarem à disposição da mídia, seja pra dar a cara a tapa ou alguma explicação, ou até mesmo pra vangloriar algum projeto, qualquer coisa que seja. Já o Aidan, assim que ele ganhou as eleições, ele não queria nunca se pronunciar”*.

Compartilhando da mesma opinião que Vieira, Fonseca conta como era o acesso na época do PT: *“Com o João, era engraçado porque o João sempre foi um cara engraçado e dentro da Comunicação as informações eram abertas, independente do jornal, todos tinham acesso à agenda do prefeito. Jornais pequenos, ou grandes, não havia diferença. Você conseguia falar, se aproximar fisicamente e ideologicamente do prefeito. Começava a conversar com ele e não tinha ninguém rondando, não tinha uma blindagem direta da assessoria de imprensa. Você podia ser repórter e ele conversava com você, e você percebia que no discurso dele não tinha nenhuma técnica da assessoria de imprensa, apesar da Ruth ter trabalhado muito o João, você percebia que às vezes ele escorregava, ele caía em alguma pergunta maliciosa de algum jornalista, então isso dava pra você entender que ele estava aberto, pelo menos eu sentia isso. Era acessível, sabe? Com o Aidan é o oposto”*.

Nessa linha Vieira completa: *“A gente não tem, por exemplo, a agenda semanal do prefeito, de como vai ser. Ou quando eles anunciam que o prefeito vai, em algum lugar, ele não vai. E isso é com muita frequência”*.

Vieira lembra que sentiu duas coisas: *“o desânimo da administração petista e a dificuldade que a gente passou a ter no momento pra conseguir informações. E a dificuldade deles em fazer a transição. É muito difícil você fazer uma transição quando se tem uma eleição muito aguerrida e quando você deixa o governo depois de tanto tempo. Poucos casos se tem no Brasil como aconteceu, essa transição aqui no ABC”*.

Vieira conta que foi um período de dificuldade para conseguir informações dos dois lados. *“Um por estar saindo e por tentar proteger e defender seu governo. E a outra, de Aidan, porque ainda nem tinha uma equipe. Tanto que naquele momento quem era o interlocutor era o Alexssander, que também veio no meio da campanha. Ele é um grande jornalista, mas não era do grupo. Isso demonstra um pouco a falta de quadros. Aí quando o Alexssander entra, você percebe, pra qualquer jornalista*

espetacular, que começa a operação 'puxa o tapete'. É a ONG tal que tinha um contrato, vamos cancelar os contratos, vamos ficar cem dias sem pagar. Pra gente, todo começo de administração, ainda mais quando há um rompimento de governo, é um período de trabalho, de muita informação e um período que vem à tona o que os políticos chamam de "malfeito de administração anterior", denúncias de má administração, contratos superfaturados. Pra gente, é um período rico", esclarece Vieira.

Ainda, de acordo com Vieira, eles trazem pra mídia naquele momento o que é importante politicamente trazer. Vieira diz que nos cem primeiros dias houve mais informação do que os 60 dias da vitória do Aidan até sua posse. *"Mas quando eu falo informação é isso. Vir à tona casos que se buscavam lá atrás e a mídia não tinha acesso a algo irregular. Por isso, que estou fazendo essa ressalva. Eles trouxeram essas informações que nos alimentaram muito, mas foram informações que naquele momento lhes interessavam muito. O fato de eles não abrirem mais naquele momento, foi com o argumento de que ainda tinham que apurar muita coisa. O fato é que a relação entre imprensa e poder público, é como uma relação de amor e ódio. Eles entendem assim, mas normalmente é respeitoso. Nos procuram quando algo interessa pra eles e se recolherem quando algo não interessa", justifica.*

É um processo de negociação *"nós tivemos um período de uma semana, duas semanas com um derrame de informações, mas aquelas que lhes interessavam e não as que a gente quisesse saber. Até hoje a relação com os secretariados não é boa. A gente tem dificuldades em conseguir falar com eles", conclui Vieira.*

Do mesmo modo, Balladas acrescenta: *"Nosso acesso é razoável, mas muito conturbado, não é que existe má vontade da parte deles, o que existe é desorganização, muita gente sem saber o que fazer, muita mudança de pessoal. Então o prefeito parece que está interferindo bastante nesse processo, mas não de uma forma determinada, então é muito na onda, vamos fazer isso hoje, amanhã muda o que está fazendo hoje, usa uma outra tática, então você não sabe exatamente o que acontece na Comunicação. Não tem uma estratégia de comunicação, você percebe que não existe. O problema é que eles não incentivam a publicação, por exemplo, não ligam para os jornais avisando que vai ter uma coletiva. Você precisa ir atrás. Acho que nesses aspectos o pessoal do PT era um pouquinho mais esperto. Quanto, a divulgação da informação, ela atende ao que eles propõem a fazer. Eles trabalham muito a imagem do prefeito, e deixam o fato em segundo plano. Já os releases da época do PT procuravam esconder o prefeito (João Avamileno), nunca falava o nome dele, exatamente sempre falava da prefeitura".*

Amaral sentiu que as dificuldades para desenvolver seu trabalho começaram desde a transição. *“No começo foi complicado, o prefeito não dava entrevista, ele nunca foi acessível nesse sentido. Nesses três anos e um mês, a característica do Aidan um cara carismático, mesmo que em oposição, ele pode ter inúmeros defeitos, como ele tem inúmeras virtudes, mas a principal virtude é ser carismático. Onde você o colocar, ele sai bem, com uma piada, com alguma coisa, ele sabe sair da saia justa, então você pressupõe o cara é carismático. Se eu tenho um assessorado que a principal característica dele é saber lidar com as pessoas, é carismático, na imprensa ele sai bem de qualquer saia justa, põe ele para falar”*.

Amaral ainda conta que depois da transição sentiu que a assessoria de comunicação estava atuando de forma falha: *“O prefeito focou os primeiros meses do governo na questão da auditoria e a imprensa esperava um resultado, vamos tirar todos os cadáveres do armário e não foi divulgado. Por estratégia dele, só se divulgou dois contratos ou só se divulgaram dois contratos da Cobra e do Castanheira. Então você se mobilizou 100 dias de governo, você na auditoria paralisa o pagamento de todos os contratos da Prefeitura, renegocia questão de descontos e você não deu publicidade ou transparência para tudo isso, entendeu! Se o PT é conhecido por cacarejar antes, durante e depois, o Aidan não fez até então nem antes, nem durante, nem depois”*.

Fonseca comenta que na época o ABCD Maior pensava que a comunicação não ia mudar tanto assim. *“A gente já tinha, ao longo desses dois últimos anos da administração do PT, com o Celso também, uma proximidade com todos os assessores de imprensa. Quando o Aidan entrou, ele conseguiu fazer com que essa proximidade fosse quebrada. Ele criou novos cargos (o termo tá incorreto porque já existiam os cargos lá dentro), só que ele colocou alguns novos profissionais em setores diferentes, então aquele jornalista que já estava acostumado a lidar com a gente, já tinha um diálogo comum; ele voltou a ser um jornalista que vai cuidar de qualquer coisa, de generalidades”*.

Sentindo, de certa forma, uma represália, Fonseca lembra que a assessoria de imprensa atendia qualquer um, mas Aidan colocou os jornalistas profissionais de comunicação para cuidar direto com os secretários, então a facilidade que tinha de conversar com um secretário ou até mesmo conseguir uma informação diretamente do gabinete do prefeito, o que era normal na administração do PT, com Aidan, por causa dessa quebra, os jornalistas continuaram, mas eles perderam a autonomia. *“Tiveram as mãos atadas, você percebia como os jornalistas tiveram que recuar na atuação deles e*

entraram os comissionados, e eles entraram com uma linha muito dura. Falo dos comissionados do PTB. A postura foi bem clara nisso aí, em alguns momentos, na lida do dia a dia, a gente ouvia isso mesmo: ‘Não falamos com o PT’, ou seja, o jornalista foi tachado como partidário. Então era como se não fôssemos competentes”.

Aqui cabe elucidar novamente o fato de o PTB negar-se a dar entrevista ao jornal *ABCD Maior* e dizer repetitivamente a frase “*não falamos com o PT*”. Isso se dá porque o jornal *ABCD Maior* pertence ao Sindicato dos Metalúrgicos, ligados à CUT, e apoiava o PT, dando pouco espaço a matérias positivas ligadas a administrações não petistas, o que não justifica a posição da equipe de Comunicação no trato com os jornalistas desse veículo.

Bonilha afirma que “*no governo Aidan foram sendo criados os cargos durante os quatro anos, houve muita troca, troca de diretora duas vezes, a gente tá com terceira troca de assessoria de imprensa e isso atrapalha e muito*”.

4.2 Represália e falta de plano de governo

Outra informação que recebemos de Fonseca é que tanto ele quanto a equipe do jornal *ABCD Maior* foram severamente punidos. Ele nos relatou que uma vez foi conversar com Aidan, numa coletiva de imprensa que houve na faculdade de medicina, quando estava acabando a sessão para perguntas. Aproveitou o momento em que o prefeito começou a fazer piada e pediu licença para obter uma informação simples, que não tinha nada a ver com o evento em que se encontravam. Por também cobrir a área de Cidades, ele precisava de algumas informações sobre um programa que Aidan estaria implantando.

“Eu precisava colher informação pra saber o direcionamento que iria dar a minha pauta. Ele cedeu a entrevista e eu liguei o gravador, ou seja, formalizou a entrevista. Num tal momento, durante a entrevista, chegou um profissional da assessoria de imprensa, um comissionado e se pôs na minha frente e do prefeito e começou a discutir: ‘Você sabe que não deve falar com ele, porque você não é profissional’. E começou a discutir, tanto eu quanto o prefeito ficamos sem saber o que falar. Aquilo foi muito forte, foi marcante. Ele chegou muito nervoso, nervoso mesmo. A partir dali, deixou de ser uma coisa profissional e se tornou pessoal. Ele mesmo falou: ‘Você quer me foder?’. Falei: ‘Não, de forma alguma. Eu pedi ao prefeito e ele aceitou, tanto que coloquei o gravador na boca do prefeito’. Aí virei pro prefeito e perguntei: ‘O senhor pode continuar dando entrevista?’. Ele disse: ‘Lógico!’. Mesmo assim o profissional falou: ‘Por favor, se retire porque a hora da coletiva de imprensa acabou’.

Então, eu tive que me retirar, eu e um outro jornalista e um fotógrafo do ABCD MAIOR. O outro jornalista cobria diretamente a Câmara de Santo André”, declara.

Nota-se aqui uma enorme falha de estratégia de comunicação para um governo que teve tudo para firmar-se positivamente, principalmente pelo fato de estar sucedendo o desgaste de 12 anos de administração petista, como já dito anteriormente. Como pano de fundo, subsiste a tudo isso uma cultura política que não pode deixar de ser pelo menos mencionada.

Balladas acredita que *“a estratégia adotada nessa administração é não ter estratégia, porque ela não tem uma estratégia definida, não existe plano de governo, não existe uma estratégia de comunicação definida, até hoje, a administração já está terminando seus quatro anos e até hoje eles não definiram uma comunicação, você não tem isso visível”*.

Ainda, de acordo com Balladas, esse fato merece comparação com a administração anterior. Ele acredita que só existe um plano de governo do PT para todo o Brasil, a diferença é que, em determinados pontos, trabalham os problemas da região, só há uma alteração na questão local, regional. *“Tinha um reconhecimento da estratégia do PT, eles seguiam quase que rigidamente pelo menos 80% daquilo que estava no plano do governo deles. Desde o primeiro plano do governo Celso Daniel, em 1989, aquilo que ele pregava sobre o PT, eles vinham seguindo nas outras administrações petistas do Brasil afóra, variando um pouco mais um pouco menos de um lado e de outro, basicamente eles dão um control C control V nas coisas e vão tocando. Se você pegar plano de governo do Tarso Genro para a prefeitura de Porto Alegre, você vai ver que tem muita coisa copiada daqui de Santo André e Santo André copiado de lá”*.

Para Balladas, o PTB não tem plano de governo. O que existe é uma cultura da administração, com uma base sólida, uma equipe bastante treinada que sabe o que fazer independentemente do gestor municipal, isso é muito evidente na área da educação. *“A única secretaria que funciona ali bem é a Secretaria da Educação, porque tem uma mulher que conhece bem do negócio, pegou uma estrutura boa, uma cultura de educação boa, você tem algumas coisas aqui na cidade de Santo André que são interessantes, que elas funcionam quase por si só e uma delas é a Educação. Nós temos uma base formada desde a época do Lincoln Grilo. O prefeito Lincoln Grilo³⁸ criou essa base e formou uma cultura muito forte de prestação de serviço. Os funcionários dessa área são muito empenhados, então isso é cultural”*, finaliza.

³⁸ O ex-prefeito Lincoln Grilo administrou Santo André no período de 01/02/1977 a 31/01/1983.

De acordo com essa perspectiva, Julio Bastos diz que *“essa administração do PTB é amadora no sentido de falta de conhecimento, de falta de saber lidar com isso, que nem há um plano de governo. Falta um objetivo, um foco. Parece que não sabe onde vai, amadorismo nesse sentido. Isso é uma questão, não por causa do pessoal que trabalha, é uma questão da direção política. Eles não assumiram muito confiantes”*.

Quando compara com a gestão do PT, Bastos lembra que *“o Avamileno não tinha isso, tudo que ele pegou, ele pegou da política já criada pelo Celso, simplesmente foi tocando, entendeu? E como ele já tinha uma equipe que já vinha desde o Celso, foi fácil pra conduzir, mas é pura inércia, isso que eu falo, o caminhão já tava andando, ele só subiu no caminhão e continuou andando, mas uma hora o caminhão vai parar se não criar, se não der outro empurrão. Agora esse governo (PTB) foi bom nesse sentido, trouxe pessoal técnico mais capacitado, renovou, modernizou só que não tem planejamento. Está tudo centrado no prefeito, entendeu? O outro governo era mais centrado na equipe”*, conclui Bastos.

Traçando um panorama analítico, Leandro Amaral declara que *“a diferença do PT é a seguinte: ele independente de entrar na questão de corrupção, mas na questão de programa o PT, está muito claro, ele tem um gerenciamento de política. Então o PT parece que tem um programa de governo único e que depois é alocado ou, digamos assim, focado em cada particularidade do município. O que eu quero dizer é que qualquer cidade que o PT administra, nós temos o orçamento participativo e qualquer cidade que o PT administra, nós temos muitos fóruns, nós temos muitas participações do conselho da saúde, conselho da administração, você consegue ver com ele, independente de concordar com ele ou não, você vê um projeto de política pública, seja na saúde, agora você vê aí as questões das UPAS (Unidade de Pronto Atendimento de Santo André), seja na questão da educação, você vê uma linha mestre a ser seguida, prova disso é que o João Avamileno perdeu 13 secretários e nem por isso a administração parou, a administração continuou, o João Avamileno perdeu homem forte do governo dele que era o Mário Maurici de Moraes (na oportunidade, Secretário de Governo) e nem por isso a administração parou, porque você tem um projeto”*.

Nesse sentido, Amaral continua *“o governo do PTB em Santo André, você não enxerga esse projeto, você não enxerga qual objetivo do governo Aidan, então ele acabou com o Orçamento Participativo”³⁹. O que entrou no lugar? Nada. Ele falou que*

³⁹ O Orçamento Participativo é um instrumento de planejamento anual que ajuda na priorização das demandas da cidade, permitindo o acesso universal da população às decisões referentes à destinação do orçamento municipal. É um espaço de cogestão em que comunidade e governo decidem juntos onde e como investir os recursos públicos. O processo do Orçamento Participativo tem duas bases:

ia fazer uma espécie de censo para credenciar algumas pessoas na residência, não teve isso. Aí você vê no PT uma participação ativa no segmento da sociedade civil, você ouve muito. Ah, você pode questionar: ‘Mas isso é tudo pau-mandado, isso é gente colocada pelo PT’. Não vou entrar nesse mérito, mas no PTB você não vê esse movimento, prova disso é que a administração do Aidan não consegue elo com ninguém da sociedade civil, então o Aidan não tem boa relação com OAB – Ordem dos Advogados, o Aidan não tem boa relação com a Acisa – Associação Comercial de Santo André, o Aidan não consegue eleger o Ouvidor da confiança dele, diferente do PT”.

A partir disso, Amaral conclui: “O Aidan não tem esse projeto político e ele faz uma concepção até o primeiro momento interessante de trazer secretários da iniciativa privada para dar agilidade da iniciativa privada para a administração pública, mas ele se encontra com um problema muito grande, é problema de um lado político porque, quando você administra um vasto projeto, pra ser bom, você tem que ter aquele trâmite político para ter a chamada governabilidade e ele não tinha isso, tanto é que, no primeiro ano de governo, o secretário que fazia essa articulação, ele não tem pessoas ali mesmo que sejam hors concours na iniciativa privada, que saibam os trâmites de tocar licitações no meio público. Enfim, é um governo que não disse a que veio e não deixou uma marca, porque para colocar a marca você tem uma combinação de dois fatores: um governo que realiza e uma comunicação que comunica essas realizações”.

Fonseca faz uma análise comparativa: “A cultura política do PT, ela vem desde a época do Celso Daniel, o João deu continuidade. Havia um trato físico com a cidade, o qual o Aidan não soube valorizar. No PT os projetos são iguais, eles alteram a questão do regional. Não me recordo de projetos pra contar, porque, como sabem, foram 12 anos, mas teve muita coisa. O PTB do Aidan está perdido. Não possuem tantos projetos”.

Com base nessa concepção, Fonseca conclui que “o Aidan fala do Poupatempo da Saúde, mas é uma obra do governo do estado, porém ele fala que é uma coisa mais dele, como uma marca da gestão dele. Porém o Poupatempo da Saúde não funciona. Mas uma marca positiva do governo Aidan: o saneamento e a educação. Essa administração não estava esperando que iam ganhar as eleições, foi uma surpresa pra eles também. Acho que por isso que a transição foi assim, sem declarações à imprensa.

1) territorial: a cidade foi dividida em 19 regiões;

2) temática: são considerados seis eixos temáticos, a saber: Desenvolvimento Econômico, Desenvolvimento Urbano e Ambiental, Saúde, Educação, Identidade Cultural e Inclusão Social.

O maior problema é que o Aidan foi muito mal-assessorado e esse problema ocorreu desde o início. E o que ele fez pra mudar? Nada”.

Evidenciando as diferenças e semelhanças entre as duas gestões, Vieira diz que “o PTB não tinha planejamento. Não dá pra dizer pra que o PTB veio porque eles não disseram. Foi um governo que foi sendo montado. Foi um carro sendo consertado durante a viagem. Ele permitiu que praticamente, Nilson Bonome tomasse as rédeas da administração, com a permissão do Aidan. Até estratégias de comunicação enalteciam o Nilson. A impressão que se tem é que ele é um prefeito que pouco assumiu o comando da administração. Em contrapartida, entendo que o governo do João, também não disse pra que veio porque foi um governo improvisado. Diferente do Celso. Depois da morte do Celso, ele também teve dificuldade. Não estava preparado para assumir a administração. E ele veio pra uma reeleição, venceu; tenho a impressão que, também, pela comoção pela morte do Celso, que acabou ajudando ele ser eleito; mas também teve dificuldade porque ele nunca foi unanimidade dentro do PT. Por isso que eu acho que ele não consegue ter uma marca porque foi um governo que também não foi montado, idealizado. Não teve o aval de toda militância do PT. Se for ver, ele atingiu o objetivo? Eu entendo que não. Porque muitas marcas que o Celso imaginou lá atrás não foram feitas, nem por ele, nem pelo Aidan”.

Vieira acrescenta: “Entendo que no caso do Avamileno ficou uma imagem de um governo meio improvisado, um governo que não estava pronto para assumir o comando da cidade. Foi um período em que muitas das ações do Celso foram apaziguadas. Tudo que o Celso imaginava de regionalidade, de pensar a região inserir a cidade nesse projeto ficou pra trás. E o Aidan nesse ponto, eu entendo que há essa semelhança com o governo do Avamileno, porque ele não tinha projeto, nem plano de governo. Ele não tinha uma bandeira”.

Amaral ressalta que “esse Poupatempo da Saúde nada mais é do que o AME (Ambulatório Médicos de Especialidades) do Governo do Estado, só que em Santo André, batizado com nome diferente. Porque, se você olhar o programa do Governo do Aidan, em 2008 era um programa de governo super-reduzido, diminuto, tanto é que tinha 14 propostas. Então assim o slogan dele foi virar a página. A sensação que as pessoas foi que virou a página do 13 para 14, até porque é o número da legenda, mas a outra página estava em branco porque não tem essa outra marca do Aidan. Qual foi a grande obra do Aidan?”.

Vieira acrescenta: “O plano de governo do Aidan se resumia a um livrinho com 14 tópicos. Que não era nem um plano de governo era o ‘Plano 14’, uma coisa assim.

Era uma folhinha com esses 14 tópicos. Um papel A4 dobrado ao meio. Com assuntos genéricos, como educação; que é uma coisa muito óbvia pra quem busca comandar um executivo”.

Bastos contradiz: “Até hoje eu não vi nenhum plano de governo do PTB, escrito no papel. O Celso Daniel fez isso, foi publicado, entregue às pessoas pra lerem. O PTB fala que tem, mas até hoje nunca apareceu. Se tem, não tiraram da cabeça, porque eu não sei onde está, entendeu? Porque na verdade, público não existe documento nenhum de planejamento”.

4.3 Preferências comunicacionais

Percebemos que o trabalho de comunicação realizado pelo governo de Aidan tem uma preferência em transmitir informações ao jornal *Diário do Grande ABC*, como Soares, talvez, sem se atentar a essa questão declarou acima: *“No mês de dezembro (2009), a gente publicou o que equivale a 160 páginas no jornal Diário do Grande ABC”.* Só partindo desse pressuposto conseguimos entender a forma de trabalhar apenas com *releases* para informar a população da atuação da nova gestão.

Balladas confessa que *“os 12 anos do PT foram marcados primeiro por uma estratégia de comunicação que procurou valorizar os veículos locais, aqueles que nasceram em Santo André, jornais como Ponto Final e outros. Então, eles vinham neste processo de valorização, depois que o Aidan assumiu sem estratégia alguma, não havia estratégia na comunicação”.*

Ainda de acordo com Balladas, *“a gente publica informação no Ponto Final que considera que deva ser publicado. Eles nunca nos cobraram nada e nós nunca cobramos da administração nada, nem anúncio nem atendimento maior ou menor, agora eles confiaram muito no jornal Diário do Grande ABC que apoia a administração, e apoiou a candidatura do Aidan”.*

A partir deste questionamento, Fonseca conta que viveu alguns episódios em que a assessoria de comunicação da Prefeitura não o atendia e transmitia sua pauta para o jornal *Diário do Grande ABC*.

“Em outros jornais, como o Diário do Grande ABC, a linha era diferente, como o Alex já conhecia, ele já trabalhou lá, passou pela redação do Diário e conhecia o pessoal, conhecia a diretoria, então a proximidade foi mais fácil. A gente percebeu isso. É uma análise minha e dos colegas que conversava na época. Nossa análise era porque o jornal é maior, então a publicidade alcançaria melhor o objetivo da Prefeitura. Mas isso começou a se tornar claro. Quando a gente pedia uma informação, íamos buscar

essa informação, por exemplo, foi até erro nosso mesmo, mas buscávamos a informação via Ministério Público. Aí checávamos com a assessoria de imprensa, mas eles não nos atendiam. A assessoria de imprensa pegava nossa informação, que até então eles não tinham, podia até ser uma informação positiva, como um projeto que estava pra sair, ou uma verba que ia vir do governo federal, pra administração de Santo André. Enfim, eles pegavam nossa informação e repassavam pro Diário do Grande ABC, que até então não tinha essa informação. Isso aconteceu com várias matérias nossas. Pra gente, a assessoria de imprensa dizia que não ia se pronunciar sobre qualquer informação que tínhamos. No dia seguinte tinha uma nota no Diário do Grande ABC, no outro dia o Diário já tinha uma matéria com entrevistas e rendia até páginas inteiras”, denuncia Fonseca.

Seguindo essa linha, Amaral relata um acontecimento que vem a favor da nossa teoria. Quando Nilson Bonome⁴⁰ deixou a secretaria, foi um movimento emblemático, porque ele era visto pela imprensa como um homem forte no governo, já que comandou três secretarias importantes: Gabinete, Saúde e Finanças. *“Ele sai do governo, anuncia que vai disputar eleição contra quem o colocou no governo... Nós indagamos à Prefeitura, à assessoria de imprensa... O prefeito não vai falar? Não vai ter nota oficial? O prefeito não fala, a Assessoria não manda nota oficial e no dia seguinte a gente vê uma fala exclusiva do prefeito no Diário do Grande ABC. Ou seja, a comunicação aqui, não quero julgar a preferência dela, você pode muito bem julgar ‘não, prefeito, é extremamente importante você fazer uma faixa para o Diário, que tem maior penetração, que está na mesa de maior formadores de opinião, mas para outros veículos que, querendo ou não, têm uma determinada cobertura na mídia local, vamos dar uma nota’. Isso não foi feito!”*, ressalta Amaral.

Afirmando a punição do jornal *ABCD Maior*, Amaral que pertence a outro veículo notou as represálias contra o jornal e declara: *“Na questão da Comunicação tem o ABCD Maior que segue uma linha petista, uma linha sindical, não com seguia desenvolver seu trabalho quanto mídia. Você tem formas de amenizar as notícias negativas e o Aidan tomou simplesmente o ABCD Maior como um comércio. Aí vem o Nilson Bonome e rompe esse paradigma, vai até o ABCD Maior, dá entrevista na sede do ABCD Maior, tanto governo você nunca vê a pasta que o Nilson comanda ser criticado pela oposição, você vê o governo Aidan sendo alvejado na imprensa no Semasa, você vê na pasta de obras por conta daquele roubo da mala Sospe e você o*

⁴⁰ Nilson Bonome, secretário responsável por três pastas da Prefeitura de Santo André: Gabinete, Saúde e Finanças. Exerceu o cargo de janeiro de 2009 a fevereiro de 2012.

governo sendo atingindo pela questão da CPI dos Palhaços. O Bonome passou teve gerencia, então se o Aidan tivesse se aproximado desse veículo, e dos outros veículos, tanto que o Bonome conseguiu. Claro que tudo que tiver de negativo, ele vai publicar, mas tem muita coisa boa para eles mostrarem também, consegue amenizar”.

Amaral analisa o comportamento do prefeito junto à mídia de oposição e diz: *“O Aidan teve todas as condições para fazer um bom governo e fazer um contraponto para o PT ficar anos e anos sem comandar a cidade, só que ele desperdiçou tudo isso, ele jogou na lata do lixo. Ele tem 30% de aprovação do governo, os especialistas dizem seja para fazer um sucessor ou para ser reeleito, ele precisa ter no mínimo 50% de aprovação para ter uma reeleição tranquila. O Aidan tem 30%, se ele ganhar a reeleição, ele é um azarão de novo. Aí a história de um raio cair duas vezes no mesmo lugar”.*

4.4 A imagem é a leitura da identidade política

Júlio Bastos, fotógrafo da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Santo André, diz *“a arrogância e a incompetência dele [Siraque] fez ele perder a briga. E depois o Siraque não era um candidato bem visto”*, fica evidente que, se ele, Júlio, pensava assim, outras pessoas também poderiam fazê-lo. De maneira mais sutil, Sérgio Vieira, jornalista e editor-chefe de redação do jornal *Diário do Grande ABC*, declarou: *“A impressão que eu tenho é que eles se debruçaram sobre o tempo que o PT governou e acharam que era suficiente; meio que quase não precisariam fazer campanha”*. Leandro Amaral, jornalista da *Rádio ABC* e do jornal *Repórter Diário*, lembrou: *“O PT já dava sinais que tinha entrado em desgaste com o eleitorado e esse desgaste só foi aumentando tanto por conta do PT ser vitrine tanto tempo, desgaste natural de 12 anos de governo e foi acentuado principalmente pelas prévias de 2007, quando o partido literalmente foi fragmentado, foi dividido, de um lado Siraque, de outro, Ivete (vice-prefeita durante o mandato do João Avamileno)”*.

Nesse sentido, Santos (2007) esclarece que a imagem acumula aspectos cognitivos, afetivos, valorativos e expressa a “leitura” da identidade de um determinado candidato, manifestada pelos diferentes segmentos de públicos. Segundo a autora, os políticos hoje não estão somente preocupados com sua imagem eleitoral, mas também com sua identidade, que de uma forma ou de outra, vai refletir na imagem a todo momento.

Portanto, ao tratarmos da imagem é preciso lembrar que ela sofre reflexos das atitudes e comportamentos do político, além de ser inseparável de sua imagem visual. É determinada em grande parte pela sua história política e

social e pelo modo como a mídia compõe suas imagens produzidas. A formação de uma imagem inicia-se com a emissão de mensagens, mas só se concretiza na recepção dos públicos. Ela está vinculada à reputação e à identidade do candidato (SANTOS, 2007, p. 73).

Renan Fonseca, ex-repórter de política do jornal *ABCD Maior*, completou: “*O Siraque não perdeu por ser ele o Siraque, mas sim pela história do PT dentro da cidade, que estava ruim para a população, para o eleitor*”.

Diante disso, Torquato (2002, p. 185) entende que a identidade é a soma das características físicas fundamentais de um produto (ou pessoa) que forma sua personalidade e que serve para identificá-lo junto aos diferentes públicos, é a projeção pública da identidade. Para o autor, a imagem é o território espacial no qual circulam as diferentes percepções sobre as qualidades (intrínsecas e extrínsecas) e os valores dos indivíduos.

Na visão de Bueno (2009, p. 57), a identidade é o somatório de todos os atributos da pessoa, aquilo que lhe confere singularidade, diferenciando-a das demais. É dela que emergem a reputação e a imagem. Santos (2007, p. 71) reforça que a reputação é uma representação mais consolidada e amadurecida de alguém, mas que ela representa uma leitura mais aprofundada, nítida e intensa, pois é a síntese de vários contatos ao longo do tempo, construída a partir de vivências sendo muito mais difícil modificá-la.

Partindo da proposição de Santos (2007, p. 75), a imagem em suas múltiplas manifestações, ocupa, entretém, aliena, seduz, polui, informa, decide, transforma, educa. Podemos dizer que ela “mexe” com o universo pessoal e social e contribui fortemente para a vida política das sociedades modernas.

Interessante salientar que, a partir dos questionamentos de Carlos Balladas – jornalista e proprietário do jornal *Ponto Final* e atualmente também assessor de imprensa (cargo comissionado) da Câmara dos Vereadores de Santo André – contra Ruth Alexandre Mantoan, ex-secretária de Comunicação da Prefeitura de Santo André na época em que a cidade foi administrada por João Avamileno (PT), vários elementos indicativos podem ser apontados para as críticas que se fazem quanto ao desgaste petista na região.

De todos os entrevistados, o único que esperava a vitória de Aidan foi o jornalista Balladas, em virtude da pesquisa de opinião que realizou por conta própria. Nesse sentido, Balladas acrescenta: “*A coisa não estava sendo bem conduzida pelo PT, o racha já tinha aparecido antes das prévias e durante a campanha toda isso foi visível na candidatura do Siraque: se não ganhar no primeiro turno, dificilmente ganha no*

segundo, porque existia uma insatisfação da população em relação à candidatura do PT, principalmente na última gestão do João, ele se comunicou muito mal [grifo nosso]” As críticas severas ao partido aparecem quando ele afirma: “O PT não é um partido é um amontoado de facções [grifo nosso]”. Entretanto Balladas amplia seu campo de visão, quando observa que não foi só o desgaste do PT na cidade que contribuiu para a derrota de Vanderlei Siraque, ou a desunião partidária, suas opiniões negativas não se resumem apenas ao partido, ao contrário, para ele a imagem de João Avamileno na região, ou seja, a maneira como ele foi “*mal-assessorado em seu último ano de gestão*” foi um dos fatores primordiais para a derrota petista nas urnas.

Deste cenário derivam as teorias da construção e do desgaste da imagem, contudo, mantivemos uma postura imparcial da situação, e um olhar político sobre o assunto já que a ex-secretária Ruth Mantoan, em momento algum, pensou que seu trabalho, primeiro como assessora direta do prefeito, depois como secretária de Comunicação, pudesse ser posto em xeque. Para ela, João Avamileno foi tão bem quisto pela população e dentro da máquina pública que, mesmo quando foi abandonado por 13 secretários, no último ano de seu governo, isso não abalou em nada a imagem dele, tampouco interferiu nos trabalhos internos da Prefeitura. Inclusive quando a questionamos sobre a vitória do PTB, Mantoan, além de fugir da pergunta respondeu: “*Quem perdeu a eleição foi o candidato do partido do Avamileno e não ele. Mas não existe ‘tabela fixa’ de percentual de transferência de votos. São muitos os vetores envolvidos em um processo de sucessão. Depois da derrota de Vanderlei Siraque, Avamileno usou toda a experiência política que tem para dar ânimo à militância de seu partido*”.

A partir deste ponto, entendemos que a militância do partido acreditava que João Avamileno iria apoiar sua vice-prefeita, Ivete Garcia, e não Siraque, que na época era deputado estadual. Inclusive, o diretório nacional do PT também contava com o apoio a Ivete e não o contrário. Neste caso, também entendemos a importância do assessor de imprensa, pois, entre suas funções, está a de aconselhar seu cliente sobre uma possível reflexão quanto a suas decisões, visto que uma decisão “muito contrária”, no caso ao partido e à militância, poderia vir acarretar uma crise, afinal o assessorado era um gestor público, e, como pudemos avaliar no terceiro capítulo, muito bem visto pela imprensa, exceto por Balladas.

Sua simpatia agradava não só aos funcionários públicos, mas também aos jornalistas, como Sérgio Vieira que o enalteceu, afirmando que o mais interessante nesse processo transitório foi perceber o quanto o João era acessível. “As

administrações petistas como um todo têm uma cultura de centralizar o acesso ao prefeito, de secretários na Secretaria de Comunicação e isso, às vezes, barra demais. Não que a gente não tenha acesso por telefone, eles mesmos dizem: ‘Olha, sobre isso eu não posso falar; tenho orientação pra não falar’. Historicamente as administrações petistas fazem isso. Mas, no caso do Avamileno, ele nos atendia quando a gente ligava. Nós tínhamos uma relação cordial com os secretários. Entendemos a filosofia da secretaria de comunicação, mas nosso papel é chegar nos políticos. Se a gente precisar ir na casa do prefeito, a gente vai e ele nos atendia. Mas o João nos atendia e atendia no celular”, analisa positivamente.

Tudo isso diz respeito a uma mudança de postura, o PT tem uma filosofia de comunicação que não foi a mesma adotada por Avamileno, postura essa positiva aos olhos daqueles que atuaram com ele e para ele no período de sua gestão. Contudo as desavenças no partido e o fato de o PT estar há 12 anos frente à administração da cidade apresentou um desgaste natural na imagem, além de uma crise de identidade instalar-se na militância petista e, conseqüentemente, na Prefeitura, ganhando visibilidade junto ao público interno e externo. Não há como negar que a dissensão partidária se deu em virtude da postura contraditória (aos olhos do PT e de seus militantes) de João Avamileno e, por causa disso, a assessora de imprensa Ruth Mantoan conseguiu gerenciar adequadamente essa crise de imagem, ou identidade.

Para Elizabeth Brandão e Bruno Carvalho (2006, p. 190-191), o conceito de imagem se amalgama com o de identidade institucional. A imagem institucional transforma-se em uma aura que recobre toda uma organização e exala seus valores, seus princípios, sua filosofia – enfim, tudo aquilo em que é preciso crer para ver.

De forma semelhante, a identidade coletiva seria alcançada à medida que os membros de uma organização considerassem a sobrevivência do grupo como um objetivo desejável, ainda que oposto aos objetivos individuais, levando à constituição de uma comunidade. Gerir a identidade é progredir nessa via comunitária, situação que implica tensão entre realidade e um ideal, uma vontade utilizando um potencial, porém voltada para o futuro (STRATEGOR⁴¹, 1988 *apud* BRANDÃO e CARVALHO, 2006, p. 190-191).

Nesse sentido, sugerindo a reflexão sobre novas posturas, de acordo com Torquato (2002, p. 255), “um governo cansado é uma usina improdutivo. Os comandos dirigentes das áreas e setores são sonolentos e catatônicos”. Para o autor, o que importa

⁴¹ STRATEGOR (obra coletiva). *Stratégie, structure, décision, identité*. Paris: Inter Éditions, 1988.

mesmo é o ritmo das administrações, que se tornam lentas e ineficientes depois de anos com os mesmos dirigentes, nos mesmos lugares, fazendo as mesmas coisas.

Só com oxigênio novo as administrações poderão dar as respostas que as comunidades exigem. Mesmo para os prefeitos, aconselham-se perfis assépticos, programas criativos e simples, estruturas pequenas, projetos de fácil implantação, atendimento às demandas geradas pelas urnas. [...] Trata-se de uma decisão que seguramente vai alavancar governos, tirando-os do estado amorfo em que muitos se encontram (TORQUATO, 2002, p. 255).

4.5 Administração pública não tem memória

Sem querer nos prender às questões administrativas, mas atentando a observar a veracidade de resposta dos secretários de Comunicação, questionamos Ruth Mantoan sobre a entrega das pastas, e perguntamos se ela deixou todas as informações para Soares. Realizamos duas entrevistas com Mantoan, a primeira por e-mail e a segunda pessoalmente. Infelizmente, esta resposta foi obtida por e-mail, mas ela disse: *“Na verdade, quando assumi, já não encontrei em apenas um computador todas as informações referentes aos três mandatos. Existe uma mescla de arquivos impressos e digitais. O arquivo mais detalhado é o relativo às verbas de publicidade que tem uma programação registrada em computador e notas fiscais, autorizações de serviço e cópias das produções arquivadas em pastas na administração da Comunicação e na Secretaria de Finanças”*.

Quanto a essa situação, Soares desabafou: *“Por mais que eles... não posso dizer que eles dificultaram, que eles apagaram. Mas, nem tudo que solicitamos foi entregue. E muitas coisas que, quando a gente assumiu, sentou na cadeira, percebemos que os computadores foram formatados. O banco de imagens da cidade zerado. Deixaram o clipping, mas, por exemplo, o banco de criação, tudo que foi criado de peças publicitárias pra eu ter uma história, zerado. Eu posso criticar quem estava aqui sendo que não existe uma lei de que é obrigado a deixar? É formalizada a transição? Tá no papel de que ele é obrigado a não formatar, de que não pode apagar o documento? Não existe isso. Se não existe isso, é na camaradagem política. Tem algumas coisas que, por exemplo, amanhã vou embora, você vai confiar no que a pessoa que ficar vai fazer com os seus documentos? Que uso ela vai fazer do seu computador pessoal? Não tem nada aqui pessoal, só profissional, mas entendeu? Eu não posso criticar, mas não existem parâmetros pra determinar esse período da transição”*.

Acreditando que o processo transitório possa ter sido tranquilo, Mantoan contou que *“do ponto de vista da cidade nessa transição, inclusive, acho que conversou com o Alexssander, para dizer pra você que nós fomos muitos elogiados pela forma que*

fizemos a transição. Foi muito profissional mesmo. Nós fizemos reuniões com as equipes”.

A partir das opiniões distintas, quem estaria falando a verdade? Até que, durante a entrevista com Ana Paola Bonilha, assessora de imprensa da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Santo André, que entre suas funções, tem a de assessorar a pasta de Educação, de forma muito inocente, narrou um episódio que havia acontecido com ela, em que deletaram várias informações de tabelas comparativas da Secretaria de Educação.

Como nos *releases* que produzem utilizam muitos dados comparativos, Bonilha reclamou que precisou fazer um texto para a área de Educação e, se ela não tivesse o costume de realizar periodicamente *backups* em seu computador, não teria os números, que são levantamento de prestação de contas sobre a evolução do ensino público na região, na época do PT, porque, segundo ela, parece que os dados foram deletados dos computadores da Secretaria de Educação. Quando a equipe da Secretaria de Educação precisou desses mesmos dados, foi graças a Bonilha que os obteve.

Aqui, entendemos que a administração pública não tem memória de comunicação, pois quem sai apaga o que fez para prejudicar quem entra ou não dar munção para processos. Vale observar que, se não fossem os cargos de carreira, pouca coisa haveria registrada.

4.6 Nova gestão, velha comunicação

Para Torquato (2002, p. 119), a comunicação na administração pública comete o viés de privilegiar a pessoa e não o fato. A isso se chama “fulanização” comunicativa. Trata-se de uma visão distorcida, geralmente adotada por profissional sem formação adequada ou por um tipo de assessoria de louvação que mais prejudica. O fato é notícia, o agente é elemento reforçador. Quando o fato superpõe-se ao agente, a mensagem aparece de maneira mais crível e a fonte ganha em credibilidade e respeitabilidade. O texto de exaltação faz parte da cultura do passado.

Cabe ressaltar que a mídia concordou em número, gênero e grau com as assessoras de imprensa, visto que também esses entrevistados reclamaram da quantidade de material que passaram a receber da Secretaria de Comunicação da Prefeitura e, principalmente, quanto à questão de a equipe de transição não dar entrevista e o prefeito, além de não mais atender às demandas dos jornalistas, tornou-se uma pessoa inacessível. Também ressaltaram que os poucos *releases* que chegavam às redações contavam com textos mais publicitários e menos jornalísticos.

Abordando a questão dos *releases*, nos interessamos em saber como foi a demanda durante o processo de transição e nos cem primeiros dias de governo do novo gestor. Ambas assessoras de imprensa, Célia Santos e Ana Paola Bonilha, contam que “a demanda de releases diminuiu bastante”. Célia Santos também lembra que “em virtude dessa equipe, os secretários que estavam entrando, não só o Alex, no caso, acho que nenhum, ou, a maioria, uns 90% deles não eram políticos. Talvez, 99%. Era um pessoal técnico, então já era meio complicado para poder fazer com que eles falassem com a imprensa. Porque eles estavam conhecendo o funcionamento interno no primeiro momento. Como eles estavam conhecendo, quando falavam, não sabiam o que falar. Então a ordem pra assessoria foi de que toda hora tinha que ter a interferência do Alex. Se havia algum problema, os novos secretários logo falavam: ‘Eu não vou falar’, aí tinha que convencer o Alex de que a gente precisava falar com a imprensa sobre tal ocorrido”.

Bonilha ressalta que “dá um certo choque de você não ter pauta para divulgar, porque você não sabe se determinado projeto vai continuar. Nesta fase de transição, a equipe que entra pega as informações que vieram do governo passado, mas não sabem muito bem o que vão fazer com ela”.

Ainda, visando à divulgação de informação por meio de *release*, para uma melhor compreensão, vamos analisar o discurso de Soares a partir de dois momentos.

“A comunicação foi organizada porque o governo foi eleito com o voto da esperança, da renovação, da mudança. E a comunicação é um instrumento que você dá resposta pra esse eleitor. Tive que construir a imagem do Aidan na cidade divulgando *release*. Santo André hoje é a Prefeitura que mais tem textos divulgados e publicados na imprensa, no jornal. No mês de dezembro, a gente publicou o que equivale a 160 páginas no jornal Diário do Grande ABC. Percebi já que não tinha publicidade carreguei na informação. Nós divulgamos cerca de 12 a 13 textos por dia, com fotos, tem vídeos, tem áudios, assim você constrói uma imagem”, ressalta Soares.

No segundo momento, Soares diz: “Imagina um governo que assume depois de 12 seguidos, com a responsabilidade e obrigação de mudar a cara da cidade. Aí você descobre que não tem verba de publicidade pra fazer isso. Você descobre que a única ferramenta que você tem não tem contrato. Você começa a entender o jogo político dos veículos de comunicação da região, que isso não foge da realidade nacional. A conversa passa pelo plano de mídia, por verba. Então existe essa discussão. Eu não tenho dinheiro nem liberado e nem disponível pra fazer anúncio em nenhum jornal. O que você cria com isso? Uma antipatia em cima do seu governo. O que eu fiz? Durante

nove meses, eu segurei a secretaria no peito. Era o marqueteiro, o secretário e o assessor junto com minha equipe. Tinha que trabalhar que nem um retardado”.

Aqui é oportuno refletirmos que Soares tem um discurso muito contraditório:

1º *“assumimos com um governo cru do ponto de vista da comunicação. Totalmente calado, porque na transição, por orientação do novo prefeito, a ordem não era polemizar, a ordem era trabalhar. Os jornalistas ficaram putos”;*

2º *“Eu não tenho dinheiro nem liberado e nem disponível pra fazer anúncio em nenhum jornal. O que você cria com isso? Uma antipatia em cima do seu governo”;*

3º *“Tive que construir a imagem do Aidan na cidade divulgando release. Santo André hoje é a Prefeitura que mais tem textos divulgados e publicados na imprensa, no jornal”.*

Para tal tarefa, é necessário que se tenha um bom relacionamento com a mídia e *“possuir antipatia em cima de seu governo, além de deixar os jornalistas putos”*, não se pode dizer que seja uma boa maneira de iniciar um processo transitório do ponto de vista comunicacional. Torquato (2002, p. 121) explica que a relação com os profissionais da imprensa deve ser cordial, aberta, respeitosa, sem fazer prevalecer interesses de determinado jornalista ou de determinado veículo. Em tempos de intensa participação social, acompanhados atentamente pela lupa dos meios de comunicação, deve-se evitar a postura *low profile*. A administração pública, em qualquer esfera, mais do que a administração privada, precisa abrir portas e compartimentos, dando vazão à transparência, à clareza e à correção de atitudes.

Quanto ao excesso de *releases*, Torquato (2002) esclarece que precisa haver bom senso e planejamento:

O excesso de informação não é consumido em sua plenitude pelos públicos-alvo. Para se corrigir a falha, sugere-se o estabelecimento de um fluxo informativo, com marcações de ciclos para eventos institucionais. A identidade institucional deve estar sempre presente na visão do comunicador e no planejamento. A identidade agrupa os conceitos-chave que se quer passar, os valores, os princípios. Por exemplo: mudança, coragem, ruptura com métodos do passado, reorganização, modernização e avanço constituem eixos centrais que poderão balizar o noticiário rotineiro de uma instituição pública. A seleção de eixos de identidade deve ser ponto de partida de um programa de comunicação para a área pública (TORQUATO, 2002, p.120-121).

Ainda, seguindo essa linha para tentar compreender a contradição de Soares, podemos observar que ele diz que *“construiu a imagem do Aidan na cidade divulgando releases”*. Já constatamos, a partir de Torquato, que é falho o excesso de material e, ainda, podemos observar, também a partir de Torquato (2002, p. 119) que *“não se constrói a imagem de um homem público desta maneira”*.

Os homens públicos têm fundamentalmente se preocupado com a imagem. Prova disso está no incremento do mercado de assessorias e consultorias de imprensa. No entanto, cometem um erro grave, ao deixarem de lado seu eixo, a identidade. Ou seja, antes de se preocuparem com a imagem, deveriam atentar para o discurso, a essência, o conteúdo. A imagem é consequência, resultado (TORQUATO, 2002, p.119).

Graça Caldas (2006, p. 309), defende que o assessor consciente de seu papel nas políticas institucionais de comunicação, o jornalista-assessor, atua como gerente de todo um processo para garantir visibilidade e imagem da instituição. Espera-se deste profissional o autoconhecimento e a percepção clara do papel da instituição e de sua inserção na sociedade. Só assim poderá promover adequadamente sua divulgação e administrar eventuais conflitos dentro das expectativas institucionais. Para isso, deve gerenciar a cultura empresarial com transparência na comunicação interna e externa para que a organização possa adquirir uma postura de instituição cidadã no relacionamento com a comunidade.

Gostaríamos de esclarecer que, em alguns momentos, parece que estamos analisando apenas o discurso de Soares, porém não é essa nossa intenção. Ele ficou muito em evidência, em nossas observações, por ter obtido papel principal nos acontecimentos que se sucederam e nos foi primordial para responder nossa problematização e atingir os objetivos a que nos propusemos. Além disso, quando fomos a campo para obter informações para nossa pesquisa, nos deparamos com uma palavra que, de forma direta ou indireta, tornou-se sinônimo do que não pode ocorrer com a comunicação num processo de transição: “blindagem”.

4.7 Blindagem como estratégia comunicacional

Temos de esclarecer que essa “blindagem” se deu porque Soares se encontrava tão preocupado em fazer seu trabalho, além de não deixar o prefeito passar por alguma situação constrangedora e, ainda, proteger seus amigos de equipe, que se tornou alvo fácil para os jornalistas que perceberam isso, para os funcionários públicos e para nós, que não podemos atingir nenhum objetivo, sem entender e questionar a “blindagem”, que em alguns casos foi fio condutor de severas críticas por parte da mídia.

Portanto, para elucidar as questões que levantamos como sendo “discurso contraditório de Soares”, entendemos que, no período em que se deu a troca de dirigente municipal, diminuiu, como é normal, a comunicação, porque os novos ocupantes de cargos importantes ainda estavam tomando conhecimento da área e necessitavam de anuência do superior, no caso o prefeito, para falar sobre o governo. Será que eles tinham? Parece que não, pois Soares estava “blindando” o prefeito, assim como os

demais secretários... Vale ressaltar que a “blindagem”, foi uma estratégia comunicacional traçada pelo próprio Soares, junto ao prefeito.

Para esse feito, observamos que, de acordo com as informações de Soares, essa “blindagem” se deu porque *“assumimos com um governo cru do ponto de vista da comunicação. Totalmente calado, porque na transição, por orientação do novo prefeito, a ordem não era polemizar, a ordem era trabalhar. Foi uma estratégia dele e até minha, porque as pessoas que estavam na transição ainda não tinham a compreensão de que a comunicação poderia ajudá-los e prejudicá-los”*.

Com esse viés, a assessora de imprensa Célia Santos observa: *“Em uma administração pública, sendo assessor de imprensa, você está ali para defender o seu cliente, mas você tem que ser honesta: se tiver algum problema, você tem que tentar amenizar o problema na hora de passar, você tem que atender os veículos de comunicação, todos, não importa se está mais para o lado de política ou não, você tem que atender. Você tem que fazer o seu serviço, você tem que informar a população sobre as coisas boas e as coisas ruins. Não pode tentar desviar o foco, isso não pode acontecer, você está ali para defender o seu cliente, o cliente interno, mas também tem que lembrar do externo porque é ele que paga o nosso salário, é a população. Tem momentos que essa visão é muito poupada, faz muito mal à assessoria porque nos limita”*.

Jodelet (1995) considera,

Uma forma de se interpretar a realidade erigida por um grupo social com o intuito de se conseguir uma uniformidade nas práticas sociais desse grupo. Pressupõe-se que a saturação da incompatibilidade entre procura e recusa faça com que haja êxodo no sentimento transversal (JODELET, 1995, p. 32).

Renan Fonseca, ex-repórter de política do Jornal *ABCD Maior*, diz que *“o PTB do Aidan está perdido. Não possuem tantos projetos. Essa administração não estava esperando que ia ganhar as eleições, foi uma surpresa pra eles também. Acho que por isso que a transição foi assim, sem declarações à imprensa. O maior problema é que o Aidan foi muito mal-assessorado e esse problema ocorreu desde o início. E o que ele fez pra mudar? Nada”*.

Leandro Amaral, jornalista da *Rádio ABC* e do jornal *Repórter Diário*, continua: *“No governo do PTB em Santo André, você não enxerga projetos, você não enxerga qual objetivo do governo Aidan. É um governo que não disse a que veio e não deixou uma marca, porque para colocar a marca você tem uma combinação de dois fatores: um governo que realiza e uma comunicação que comunica essas realizações. Ainda, ressalta se você olhar o programa do Governo do Aidan, em 2008, ele era super-*

reduzido, diminuto, tanto é que tinha 14 propostas. Então assim o slogan dele foi virar a página. A sensação que as pessoas tiveram foi que virou a página do 13 para 14, até porque é o número da legenda, mas a outra página estava em branco porque não tem essa outra marca do Aidan. Qual foi a grande obra do Aidan?”.

Sergio Vieira, jornalista e editor-chefe de redação do jornal *Diário do Grande ABC*, diz que “*o PTB não tinha planejamento. Não dá pra dizer pra que o PTB veio porque eles não disseram. A impressão que se tem é que ele é um prefeito que pouco assumiu o comando da administração. O plano de governo do Aidan se resumia a um livrinho com 14 tópicos. Que não era nem um plano de governo era o ‘Plano 14’, uma coisa assim. Era uma folhinha com esses 14 tópicos. Um papel A4 dobrado ao meio. Com assuntos genéricos, como educação; que é uma coisa muito óbvia pra quem busca comandar um executivo”.*

Julio Bastos, fotógrafo da Secretaria de Comunicação, avalia que “*essa administração do PTB é amadora no sentido de falta de que não há um plano de governo. Falta um objetivo, um foco. Parece que não sabe onde vai, amadorismo nesse sentido. Isso é uma questão, não por causa do pessoal que trabalha, é uma questão da direção política. Eles não assumiram muito confiantes. Quanto ao ‘Plano 14’ mencionado pelos outros jornalistas, ele contradiz e afirma que até hoje não viu nenhum plano de governo do PTB, escrito no papel. O Celso Daniel fez isso, foi publicado, entregue às pessoas pra lerem. O PTB fala que tem, mas até hoje nunca apareceu. Se tem, não tiraram da cabeça, porque eu não sei onde está, entendeu? Porque na verdade, público não existe documento nenhum de planejamento”.*

4.8 O desafio da assessoria de comunicação

Vieira entende que a assessoria tem um papel fundamental nesse processo transitório porque ela é o elo entre a administração e a sociedade. “*Porque é ela que leva as informações para os veículos de comunicação. Ela que tem que ser o intermediário entre um pedido de entrevista e o governo. O problema é que, na maior parte do tempo, as assessorias de comunicação não entendem que elas precisam transitar e ter uma boa entrada nas duas pontas. Elas precisam atender a quem solicita a informação, porque este é um representante da sociedade e eles precisam atender a administração. Entendo que muitos casos viram uma militância, vira uma questão política e não se passa informação. Isso para as duas administrações, tanto PT quanto PTB. Eles não dão a importância que a comunicação deveria ter, porque enxergam a imprensa como adversário e não como representante da sociedade. Entendo que eles*

têm dificuldades em serem cobrados. E nosso papel é cobrar isso. E eles criam uma barreira entre a comunicação e o veículo. Isso é uma pena, é muito ruim; mas isso existe”, conclui.

Como disse Manuel Chaparro Escudero (2011):

A comunicação deve ter como objetivo promover o empoderamento da sociedade civil, sua capacidade de resposta crítica, sua participação desde a obtenção da informação comprometida com a verdade. A informação nos meios de comunicação deve responder à necessidade de facilitar fatos de compreensão da realidade. Respondendo aos desafios e aos problemas que não são possíveis sem um sistema de informação e comunicação verdadeiramente democráticos (ESCUADERO, 2011, p. 258). (tradução nossa)

Fonseca defende que *“no processo transitório, a comunicação deveria ter feito o processo totalmente inverso do que ela fez, devido sua importância. Os assessores deveriam acolher os jornalistas, e até os desafetos e trazer pra junto da gestão e aos poucos ir boicotando as críticas e mostrando o que tem de bom. Isso nem chega ser uma estratégia, é fazer o mínimo, o básico”*. A partir desse questionamento, cabe elucidar, novamente, o fato de o PTB negar-se a dar entrevista ao jornal *ABCD Maior* e dizer repetitivamente a frase *“não falamos com o PT”*. Este caso aconteceu porque o jornal *ABCD Maior* pertence ao Sindicato dos Metalúrgicos, ligado à CUT, e apoiava o PT na campanha de 2008, dando pouco espaço a matérias positivas ligadas a administrações não petistas, o que não justifica a posição da equipe de Comunicação no trato com os jornalistas desse veículo.

Dificilmente o PTB poderá negar que esse fato não aconteceu, porque, de acordo com a assessora de imprensa Célia Santos, por diversas vezes *“teve casos assim: ‘Tal jornal, vocês não podem passar informações’*. *E isso não mudou muito de 2009 pra 2012”*. Isso posto, cabe refletir, veementemente, que houve, sim, um “boicote” ao *ABCD Maior* e, sobre a questão de “falar”, acreditamos que os atores políticos dessa gestão só se pronunciam quando realmente o fato a ser comentado interessa a eles. Contudo fica claro que é um desafio para qualquer assessor de imprensa, principalmente de um órgão público, trabalhar a questão da omissão de informação, pois tais informações são públicas.

Para Célia Santos, o papel do assessor de imprensa *“é estar ali para defender o seu cliente, o cliente interno, mas também tem que lembrar do externo porque é ele que paga o nosso salário, é a população. Tem momentos que essa visão é muito poupada, faz muito mal à assessoria porque limita você, você não tem valorização, você não tem ninguém que te estimule”*.

Ainda de acordo com Santos, *“a gente nota também que com o João (Avamileno), ele tinha um olhar diferente pra comunicação, porém posso dizer que a comunicação nunca foi valorizada direito, nem mesmo na época do João”*.

Diferentemente da opinião de Santos, Mantoan defende que Avamileno dava muita importância ao trabalho da assessoria de comunicação: *“Nós conversávamos diariamente, de manhã a gente só se falava pelo telefone, e ele ouvia tudo o que a gente falava, ele trazia muita coisa pra gente, a gente trocava muito”*.

Nesse sentido Mantoan acredita que a importância e o desafio da assessoria de imprensa da administração pública *“é ser feito com seriedade mesmo, por parte do assessor, se ele tiver seriedade, competência, e se ele tiver apoio do governo, vamos supor o governo sério, então a gente já tá trabalhando com o propósito da imprensa, então você tem um profissional competente, bem intencionado. Você tem um administrador competente bem intencionado, que respeita o profissional que ele contratou. Acho que é fundamental que a cidade precisa saber de uma forma objetiva o que foi feito. Em suma, a comunicação de uma administração precisa ser eficaz para tornar públicos os atos e investimentos da administração e ter o discernimento de que não se trata de marketing”*.

Como podemos perceber, pela importância da função, na atuação do dia a dia do assessor de imprensa da esfera pública, há acontecimentos muito distintos, por isso Torquato (2002, p. 122-123) pontua algumas funções da comunicação na administração pública que deveriam ocorrer na prática:

- a comunicação como base de cidadania: tem a função de atender o direito à informação. A comunicação deve ser entendida como um dever da comunicação pública e um direito dos usuários e consumidores dos serviços. Sonegar tal dever e negar esse direito é grave erro das entidades públicas. Os comunicadores precisam internalizar esse conceito, na crença de que a base da cidadania se assenta também no direito à informação;
- a comunicação como forma de orientação aos cidadãos: tem função política. Compartilhar as mensagens é democratizar o poder. Pois a comunicação exerce o poder. Assim, detém mais poder quem tem mais informação. Nas estruturas administrativas, tal poder é maior nas altas chefias. E quando se repartem as informações por todos os ambientes e categorias de públicos, o que se está fazendo, de certa forma, é uma repartição de poderes;
- a comunicação como instrumento a serviço da verdade: tem função ética. Não se deve transigir. A verdade deve ser a fonte inspiradora da comunicação pública.

Até porque a mentira e as falsas versões acabam sendo desmascaradas. A comunicação precisa servir ao ideário da ética, valor básico dos cidadãos.

Soares avalia que “*nosso trabalho é divulgar as ações da Prefeitura, nosso papel é fazer comunicação pública. O governo não era político, era técnico e com a comunicação você tem que dar vazão a isso tudo*”.

Serrano⁴² (1998 *apud* MATOS, 2009, p. 51) ressalta:

“dentro das definições de comunicação pública, existe uma permanência de termos como: interesse social, qualidade, bem comum, equilíbrio, com objetivos educativos e informacionais para toda a sociedade sem distinção”.

Impossível negar o valor de iniciativas que reforçam a comunicação para a mudança social, sob este *prima* Mattelart (2009, p. 35), acredita que “novas formas de cidadania precisam ser imaginadas e conquistadas em função das necessidades dos nossos tempos, com o objetivo de materializar uma participação ativa dos cidadãos na vida social”.

Logo, o discurso de Soares vai contra a prática, visto que entendemos como comunicação pública, a partir da visão de Pierre Zémor⁴³ (1995, p. 57 *apud* Monteiro, 2009, p. 37-38), aquela que tem como objetivo mostrar ao público o papel da organização, afirmando sua identidade e sua imagem, prestando contas do conjunto de suas atividades e, de modo geral, permitindo o acompanhamento da política da instituição. Nas instituições públicas, que são o foco do trabalho desse autor, ele diz que a comunicação é aplicada à divulgação do conjunto de registros (informação obrigatória ou cívica – aí incluída a informação de utilidade pública –, relação com usuários ou, ainda, promoção de serviços) que constituem os “fatos da instituição” e que, portanto, são o material de trabalho da assessoria de comunicação da instituição, devendo ser executada externa e internamente.

⁴² SERRANO, Estrela. O espaço público e o papel do Estado na sociedade global da informação. Lisboa, 1998.

⁴³ ZÉMOR, Pierre. *La communication publique*. Paris: Presses Universitaires de France, 1995.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por tudo que já foi apresentado nos capítulos dessa dissertação, cabe uma reflexão sobre o papel da comunicação antes e depois de uma campanha eleitoral. Na campanha eleitoral de 2008, o candidato Aidan Ravin rompeu diversos paradigmas da política porque saiu na disputa com “chapa pura” com a Dinah Zekcer, também do PTB. Foi histórica a vitória, pois obteve sucesso sem apoio de nenhum outro partido, nenhuma coligação.

Vencer uma eleição, no segundo turno, com uma porcentagem mínima, de fato é surpreendente, não há como negar. Neste caso, entendemos que temos que analisar acontecimentos antigos que abalaram a imagem petista na região para verificar como se deu o trabalho da assessoria de imprensa no processo transitório de governo de dois partidos diferentes, objeto de estudo desta dissertação, para que a – partir daí – procuremos entender, também, quais fatores vieram contribuir para a vitória do PTB.

A partir das observações dos entrevistados, ficou evidente que o PT estava com uma imagem negativa, desgastada, e isso veio consolidar-se a partir da dissensão dentro do partido, situação que ficou mais evidente durante as prévias. Por outro lado, o PTB tinha um candidato que era vereador, o qual fora muito bem votado, era médico e saía às ruas com a família, demonstrava ter um casamento sólido, em outras palavras, aparentemente transmitia uma imagem de homem confiável, ou seja, mantinha uma imagem positiva. Quando se trata de imagem x política, podemos associar a mesma com a identidade do candidato. Logo, um político que possui atributos positivos, se destaca dos outros candidatos, em outras palavras, sua imagem foi a leitura da sua identidade política. Quanto a esta imagem, diga-se por passagem, o Aidan soube trabalhá-la muito bem nos momentos de crise do PT.

Entretanto, avaliamos que não foi só a fragilidade da imagem desgastada do PT que o fez perder a eleição municipal. Outro fator foi fundamental para que o PTB passasse a fortalecer-se no segundo turno. Entendemos que o PTB foi ganhando forças dentro da região, justamente quando a cidade de Santo André chegou à imprensa internacional como protagonista de um cenário em que a questão da segurança pública mexeu com a estrutura política regional, quiçá nacional. O município foi palco de um sequestro considerado o de maior duração no país, em que as vítimas eram duas jovens estudantes. Nesse momento, os candidatos foram ofuscados na mídia perante a tragédia que ficou conhecida como o “Caso Eloá/Nayara”, que não teve final feliz. Portanto, paralelamente à campanha municipal, a cidade de Santo André revelou-se violenta, e o PT passou a enfrentar uma nova crise.

Diante de todos esses fatos, que de certa maneira se apresentaram como “crises” para o PT administrar, independentemente se no “Caso Eloá/Nayara”, aparentemente, conseguiram sair quase ilesos dos holofotes, não há como negar que, além da dissensão interna no partido, o fato de a cidade ser mostrada na mídia como um local violento em que jovens vivem em situações precárias de segurança foi decisivo para a campanha do Aidan (PTB) angariar votos contra o PT.

A vitória inesperada trouxe opiniões praticamente iguais. As assessoras de imprensa da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Santo André, Ana Paola Bonilha e Célia Santos, julgaram a vitória de Aidan algo surpreendente e, claro, não esperavam. Assim, criou-se certa expectativa em torno da nova equipe.

De acordo com Mantoan, ela e sua equipe (funcionários comissionados) já esperavam que iriam ter de deixar seus cargos após o dia 31 de dezembro. A nosso ver, diferentemente de um processo de continuação de mandato – como foi o caso do presidente, Luiz Inácio Lula da Silva (PT), que conseguiu eleger a atual presidente Dilma Rousseff e realizou uma “transferência” de funções, por assim dizer, visto que a maioria da equipe que trabalhou com Lula, manteve-se com Dilma – no caso de Santo André, mesmo que o Siraque tivesse ganhado, haveria uma troca de equipe, visto que ele, durante a campanha, já possuía aqueles que o assessoravam. Entendemos que, de qualquer forma, independentemente de quem assumisse a Prefeitura, seria um novo governo e não uma mera continuação, como o exemplo de Lula e Dilma.

Por outro lado, a surpresa também marcou presença com a equipe do PTB, já que nem eles mesmos contavam com a conquista e intitularam-na como a vitória de “*um azarão em Santo André*”. A palavra “*azarão*” foi utilizada por diversas vezes pelo atual secretário de Comunicação da Prefeitura de Santo André, Alexssander Soares, inclusive para fechamento de pauta com veículos de comunicação da região e da Grande São Paulo. Em contrapartida, quando o questionamos sobre a vitória, Soares disse que acreditava que ela se deu como um voto de protesto da população contra os 12 anos do PT e que enxergava em Aidan essa mudança que as pessoas estavam pretendendo. O voto nele era um voto de esperança.

A partir desse momento, começamos a observar que o discurso de Soares por vezes foi muito contraditório. E, ressaltamos o que já escrevemos no penúltimo capítulo: entendemos que, de acordo com Soares, os motivos que levaram o PTB à vitória se justificam pela importância na “*zebra*”, no “*azarão*”. O rótulo da virtude é o da sorte, da oportunidade e da decadência do outro. Muito diferente de ganhar por mérito ou por ser a esperança de uma sociedade.

Em contrapartida, quando apuramos que o processo transitório que normalmente acontece entre o secretário que entra, neste caso, de Comunicação, com o que sai, não passa de um “*acordo de cavalheiros*”. Resumidamente, Soares nos explica que não existe lei alguma que obriga o governo que sai a deixar relatórios e documentos que demonstre o andamento do órgão público para o governo que assumirá. O que significa que a equipe de comunicação que está saindo colabora fornecendo informações pertinentes do andamento da máquina pública se desejar. Diante deste fato, ficamos perplexos, não só porque um de nossos objetivos foi verificar se houve uma prática de boa governança entre os assessores de imprensa concursados (funcionários públicos) e os comissionados (cargos de confiança e secretários de comunicação), nesse processo transitório; mas porque não parece uma prática inteligente dos governantes. Não parece, como sejamos sinceros: não é.

Ressaltamos que nós, estudiosos e cidadãos, julgamos este fato errado, afinal trata-se de pastas públicas (pastas, entenda-se, também, como secretarias), contas públicas, dinheiro público entre tantos outros documentos e acontecimentos de grande importância, todos públicos. Por esta razão, prestar contas do trabalho que se está deixando deveria ser uma questão de obrigação, diferentemente do que acontece na prática, em que dizer como está deixando sua secretaria é um favor que se está fazendo àquele que assumirá seu cargo e suas responsabilidades por no mínimo quatro anos. Além disso, estará assumindo um compromisso não apenas com o prefeito que também estará tomando posse do cargo, mas, acima de tudo, o compromisso é com a população. É a ela que se devem prestar contas.

A maneira como ocorreu o processo transitório também não agradou aos funcionários públicos, pois nenhum deles conseguiu ver mudanças positivas. Júlio Bastos, fotógrafo da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Santo André, nos contou que pra ele a transição não faz a mínima diferença porque não vê que acontece uma transição na comunicação. Vale recordar que Julio Bastos também nos disse que os funcionários de carreira ficam “ao Deus dará” até que o outro governo aprenda a trabalhar. Isso dura um ano. Seis meses do governo anterior por causa da eleição e mais seis meses do governo que entra. Por está razão, nesse período, não acontece nada de relevante na Prefeitura.

As assessoras de imprensa da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Santo André também não veem com bons olhos a transição. Ana Paola Bonilha revela que num primeiro momento, para quem está lá dentro da Prefeitura, no dia a dia, não há uma transição prática. Porém, após algum tempo de conversa, ela reflete novamente sobre o

assunto e acrescenta que a mudança existe, o que não existe é uma preparação pra mudança. Bonilha, ainda, ressalta com detalhes que a adaptação ocorre conforme o barco vai navegando. No momento que o novo chefe assume e deseja mudar toda a forma de trabalho, você vai fazer do jeito que ele quer.

Célia Santos reforça nos dizendo que quando o Ainda chegou foi realmente então quando aconteceu a expectativa: e agora? Vem um pessoal novo e o que vai ser aqui da comunicação da prefeitura? O que ele tinha de plano para o funcionalismo?

Quanto às expectativas dela já esclarecemos, por meio das respostas dos entrevistados no último capítulo, contudo vale ressaltar: veio o novo, porém não tinha plano de governo nenhum para colocar em prática. Nesse sentido, obtivemos respostas bem objetivas com nossos entrevistados, principalmente com a imprensa que analisa veemente num modo de governar totalmente diferente. Primeiro um secretário e o gabinete do prefeito, o qual é blindado. Ao tocar nesse assunto, voltamos ao processo de transição, se compararmos o prefeito que saiu, João Avamileno, com o que entrou Aidan Ravin, notamos que na nova gestão a comunicação não tem liberdade pra se expressar diretamente com o prefeito, isso desde o primeiro dia de mandato que foi assim com o Aidan. Com o João Avamileno, as portas do gabinete eram abertas para os funcionários da secretaria de comunicação e para a imprensa. Havia acesso. No caso do Aidan, o único a ter acesso direto é o secretário em questão, Alexssander Soares.

Constatamos que, num primeiro momento, como descrevemos no 3º capítulo, as assessoras de imprensa falam das mudanças do processo transitório levando para o lado sentimental, devido à exoneração de vários funcionários que trabalham como comissionados. No decorrer da entrevista, elas percebem que as mudanças ocorrem, sim, e não lhes agrada em vários aspectos:

1º pontuam que não há uma preparação para essas mudanças;

2º cria-se uma expectativa por mudanças profissionais, o que não acontece;

3º a falta de comunicação na gestão que assume a Prefeitura ficou muito evidente e para elas que trabalham no departamento comunicacional acaba trazendo um transtorno, tanto com o público interno (entende-se como funcionários), quanto com o externo (entende-se com os jornalistas);

4º secretários com formação técnica, sem experiência política e “proibidos” ou não “podendo” dar entrevistas, seja por falta de conhecimento, seja como anunciado em vários momentos por Soares, por “estratégia”;

5º um secretário de comunicação x gabinete do prefeito, aqui acreditamos que ter encontrado um fato que acabou acrescentando novas informações ao nosso trabalho: a “blindagem” do prefeito.

A partir das informações dos entrevistados pudemos observar como aconteceu a atuação da assessoria de imprensa em relação ao trabalho desenvolvido pela nova administração no que diz respeito à divulgação de informação de prestação de contas públicas e elaboração de mídias internas (para os servidores públicos). Ou seja, como foi a nova forma de trabalhar a comunicação, tanto interna quando externa (no caso, externa entende-se contato com a imprensa), visto que responder a esses questionamentos também fazia parte de nossos objetivos.

Quanto à forma de trabalhar, os *releases*, por exemplo, os entrevistados deixam claro que o formato do texto muda. Na administração do PT, sentem que tinham mais liberdade para escrever e divulgar as informações. Enaltecem o fato e não o prefeito, esta foi a maior mudança percebida por eles, já que, com a gestão do PTB, além de trabalharem primeiro a imagem do prefeito e em segundo lugar o fato, o texto possui características publicitárias e não caráter jornalístico.

Constatamos que os entrevistados compartilharam da mesma palavra para traduzir a estratégia comunicacional traçada pela equipe de comunicação do PTB e pelo próprio prefeito: “blindagem”. Acreditam que Aidan foi blindado para não dar entrevistas. Se nosso foco nesta pesquisa era verificar como se dá a atuação da assessoria de imprensa (ou assessoria de comunicação) no processo transitório de governo municipal após troca de equipes de dois partidos políticos diferentes, no âmbito do gerenciamento do processo de comunicação, questionamos veementemente Soares quanto ao fato de não querer comunicar-se.

Nesse sentido não obtivemos críticas positivas, ao contrário. Fomos bombardeados por fatos que fugiam de nosso conhecimento. Primeiramente, vale ressaltar que nenhum dos entrevistados conseguiu notar que a posição do prefeito e dos secretários em não dar entrevista era uma estratégia comunicacional criada por eles mesmos.

Para esse feito, entendemos o ponto de vista de Soares. Quando se tem uma equipe técnica sem experiência alguma em política, é necessário que haja alguns cuidados no trato das entrevistas. Entretanto, isso não justifica a total falta de transmissão de informação, ou omissão.

Como já citamos anteriormente, Soares criou uma equipe de assessoria de imprensa mais profissional porque, segundo ele, os profissionais te dão respostas, que

entende o mercado porque são do mercado. Se a equipe montada por ele é tão profissional, como não atentar a tantas críticas, principalmente as que envolvem a imprensa? Podemos dizer que houve “ruídos comunicacionais”, isso justificaria a conturbada estratégia de comunicação que estamos analisando.

Como os entrevistados acabaram por criticar a equipe de comunicação, levantamos um olhar quanto ao diferencial dessa equipe montada por Aidan ser considerada mais “técnica do que política”, nós nos interessamos em coletar informações positivas, contudo, sentimos que apenas Julio Bastos viu nessa equipe de transição um diferencial positivo. Apesar de não apreciar a gestão do PTB, por motivos pessoais, ele não ficou indiferente ao fato de elogiar a capacitação dos profissionais que vieram para esta gestão. Para Julio Bastos, este governo contou com profissionais mais atualizados. Uma equipe mais bem capacitada e com formação melhor do que no tempo do PT. Julio lembra que o PT contratava muitas pessoas por questões políticas. Já este governo contratou secretários da área, pessoas com uma boa formação. Por serem só empresários, pelo menos a maioria era, foi bom porque os departamentos deram uma modernizada. Porque eles têm outra visão de mercado. Em contrapartida, Julio Bastos nos conta que eles não têm opinião política de como funciona a máquina pública.

Assim, entendemos que a presença de pessoas mais técnicas na comunicação pública pode diferenciar uma gestão da outra. Esta foi uma mudança importante, tanto para a Comunicação quanto para a administração. O que importa é saber trabalhar na medida certa, aproveitar e compartilhar o máximo de informações possível, no sentido de que seria de grande valia a troca de experiências, tanto por parte dessa equipe técnica, quanto pelos funcionários de carreira e, conseqüentemente, para os jornalistas. Todos só teriam a ganhar. Porém, devido à quantidade de reclamações que coletamos sobre a administração do PTB, parece que “compartilhar experiências e informações” ficou num cenário bem distante da cidade andreense.

Como dissemos anteriormente, a entrevista que realizamos com Soares é extremamente rica para análise, tanto para tentarmos compreender o papel da comunicação nesse processo transitório, quanto para observarmos a real necessidade de inserir todo um conceito na prática do dia a dia do trabalho da equipe de comunicação, notamos, porém, que a situação é outra. Talvez seja por isso que por diversas vezes Soares acabe sendo contraditório ou sua fundamentação cai por terra.

Outro exemplo das atividades comunicacionais que verificamos, além dos *releases*, elaboradas nessa gestão foi a criação de uma revista interna. Apesar da revista

Psiu! só ter durado dois anos, foi impressa até o ano passado (2011), teve uma boa receptividade por parte do funcionalismo público.

Neste caso, nossas considerações também não são positivas, nada de diferente das outras que enunciamos. Portanto, para que haja *house organ*, este precisa ter periodicidade para manter-se e, se uma gestão o mantinha, mas ninguém lia, na outra não teve prosseguimento por falta de dinheiro, o que entendemos ser pior.

Dessa forma, nossa pesquisa explicativa que se utilizou da entrevista em profundidade, com abordagem qualitativa, para identificar as diferentes maneiras de perceber e descrever os fenômenos que ocorreram com a Comunicação no processo de transição de gestão municipal, identificou uma falta de interesse na Comunicação do órgão público por parte dos gestores municipais. Além disso, notamos uma falta de interesse quanto ao planejamento comunicacional que visa privilegiar o contato com a imprensa.

Neste caso, consideramos que o relacionamento com a imprensa se constrói todos os dias com informações corretas e precisas até que o assessor de imprensa se torne uma fonte confiável de informação, principalmente quando o assessor, em questão, é funcionário de um órgão público que deve trabalhar com notícias pertinentes e de interesse da sociedade e não como um detentor de informações referentes à máquina pública.

Para dar fundamentação a essa discussão, analisamos a importância e o desafio da atuação do assessor de imprensa na administração pública e concluímos que a mídia é mediadora entre órgão público e sociedade. Ela é porta-voz da população e cabe a ela checar fatos e levar à sociedade informações boas e ruins, mas verdadeiras e transparentes, fazendo jus à realidade. Ilustramos aqui que, no decorrer das entrevistas, diferentemente dos funcionários públicos (concurados) que num primeiro momento não compreendiam a importância da comunicação no processo de transição de gestão, os jornalistas, quando questionados, se mostraram grandes conhecedores do assunto, assim como deram à Comunicação e aos profissionais que nessa área atuam a importância que deveria ser observada, também, pelos administradores públicos.

Diante de nossas análises acreditamos que para um processo transitório possa ocorrer de forma tranqüila, coerente e, acima de tudo “honesto” – por assim dizer, novas leis deveriam ser criadas na Constituição Brasileira. O que é pura utopia! Portanto, por tudo que ouvimos, observamos e pesquisamos, concluímos que o processo transitório é importantíssimo, porém realizado de maneira totalmente incorreta pelos atores políticos que não vêem sua real importância, ou simplesmente não querem ter o trabalho de

mexer em todo esse processo que envolve a máquina pública, e toda a burocracia que vem raizada junto a ela.

Concluimos, também, que houve uma enorme falha de estratégia de comunicação para um governo que teve tudo para firmar-se positivamente, principalmente pelo fato de estar sucedendo o desgaste de 12 anos de administração petista, como já foi dito anteriormente. Como pano de fundo, subsiste a tudo isso uma cultura política que não pode deixar de ser pelo menos mencionada.

Logo, o papel da comunicação no processo de transição de gestão na administração pública tem como uma forma de conhecimento, socialmente partilhado, que tem como objetivo prático e concorre para a construção de uma realidade comum a um conjunto social visando interação entre a administração pública – local/regional, sociedade civil e os meios de comunicação.

É claro que um estudo que busca identificar o papel da comunicação na troca de gestores não termina por aqui. Muitas das inferências deste estudo podem ser aprofundadas em novas e futuras pesquisas, em nível de doutorado, que busquem novas experiências e mais ações de comunicação que possam corroborar nossas considerações aqui registradas.

REFERÊNCIAS

ALMANSA, Ana. **Assessorias de Comunicação**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010.

ALMEIDA, Antônio de. **Experiências políticas no ABC paulista: lutas e práticas culturais dos trabalhadores**. Uberlândia: EDUFU, 2008.

AMARAL, Leandro de Souza: **depoimento** [fev.2012]. Entrevistadora: V. C. AMORIS. Santo André: São Paulo, 2012. Tempo de gravação: 1h02min. Entrevista cedida ao Projeto de Mestrado em Comunicação da USCS – Universidade Municipal de São Caetano do Sul - “O papel da comunicação no processo de transição de gestão na administração pública”.

ARENDT, Hannah. **A condição humana**. 10^a ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

BACZKO, Benson Law. **Imaginação Social**. Enciclopédia Einaudi. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, vol. 5, 1985.

BALLADAS, Carlos Alberto: **depoimento** [fev.2012]. Entrevistadora: V. C. AMORIS. Santo André: São Paulo, 2012. Tempo de gravação: 59min.17seg. Entrevista cedida ao Projeto de Mestrado em Comunicação da USCS – Universidade Municipal de São Caetano do Sul - “O papel da comunicação no processo de transição de gestão na administração pública”.

BARBERO, Martín Jesús. **Procesos de comunicacion y matrices de cultura: itinerario para salir de la razon dualista**. México: Ediciones G. Gili, 1987.

BASTOS, Júlio Cesar Tavares: **depoimento** [fev.2012]. Entrevistadora: V. C. AMORIS. Santo André: São Paulo, 2012. Tempo de gravação: 1h31min. Entrevista cedida ao Projeto de Mestrado em Comunicação da USCS – Universidade Municipal de São Caetano do Sul - “O papel da comunicação no processo de transição de gestão na administração pública”.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

BLACK, Sam. **Las Relaciones Públicas. Un factor clave de gestión**. Barcelona: Colección Esade, 1994.

BONILHA, Ana Paola M. Zanei: **depoimento** [fev.2012]. Entrevistadora: V. C. AMORIS. Santo André: São Paulo, 2012. Tempo de gravação: 57min.29seg. Entrevista cedida ao Projeto de Mestrado em Comunicação da USCS – Universidade Municipal de São Caetano do Sul - “O papel da comunicação no processo de transição de gestão na administração pública”.

BRANDÃO, Elizabeth. **Conceito de Comunicação Pública**. IN: DUARTE, Jorge (org). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2009.

BRANDÃO, Elizabeth; CARVALHO, Bruno. **Imagem corporativa: marketing da ilusão**. IN: DUARTE, Jorge (org). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BUENO, Wilson da Costa. **Novos contornos da comunicação empresarial brasileira. Comunicação & Sociedade**. Vol. 16. São Bernardo do Campo: Umesp, 1989.

_____. **Comunicação Empresarial: políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.

_____. **Em Favor da Verdadeira Comunicação Pública**. Disponível em: <http://www.fca.pucminas.br/saogabriel/nrp/em_favor.htm>, acessado em 08/08/09.

CALDAS, Graça. **Relacionamento assessor de imprensa/jornalista: somos todos jornalistas**. IN: DUARTE, Jorge (org). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede – A Era da Informação: economia, sociedade e cultura**. Vol. I. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **O Poder da Identidade – A Era da Informação: economia, sociedade e cultura**. Vol. II. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

CASTELLS, Manuel; BORJA, Jordi. **As Cidades como Atores Políticos**. São Paulo: Novos Estudos CEBRAP, n. 45, jul., 1996.

CHAGAS, Carlos. **Agir ético dentro e fora das assessorias de imprensa**. IN: DUARTE, Jorge (org). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Cem anos de Assessoria de Imprensa**. IN: DUARTE, Jorge (Org). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

CHEIDA, Marcel J. **Comunicação Governamental e a Assessoria de Imprensa**. São Paulo: Revista de Estudos do Curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, v. 6, n. 01, 1º semestre de 2003.

CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. São Paulo: Cortez, 2003.

CORRADO, Frank M. **A força da comunicação**. São Paulo: Makron Books, 1994.

CORREIA, Eduardo Luiz. **A viagem interrompida - as eleições municipais de Santo André em 1947**. Tese de Mestrado em Ciências da Comunicação (Conceito CAPES 5): Universidade de São Paulo, USP, 2004.

CURVELLO, João José Azevedo. **Legitimação das Assessorias de Comunicação nas Organizações**. IN: DUARTE, Jorge (Org). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2006.

DOWBOR, Ladislau. 1993. **O que é poder local**. Disponível em: <[http://www.ppbr.com/ld/poder local.shtml](http://www.ppbr.com/ld/poder%20local.shtml)>. Acesso em 12/04/2010.

DUARTE, Jorge (Org). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

_____. **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público** (Org). São Paulo: Atlas, 2009.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. (Org). 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

EID, Marco A. de Carvalho. **Entre o Poder e a Mídia: assessoria de imprensa no governo**. São Paulo: Macron Books, 2003.

ESCUADERO, Manuel Chaparro. *Mirada desde Europa, uma encrucijada de los médios em América Latina*. São Paulo: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação – Intercom, v. 34, n.2, jul./dez. de 2011.

FONSECA, Renan Ricardo M. G. B.: **depoimento** [mar.2012]. Entrevistadora: V. C. AMORIS. Santo André: São Paulo, 2012. Tempo de gravação: 1h12min. Entrevista cedida ao Projeto de Mestrado em Comunicação da USCS – Universidade Municipal de São Caetano do Sul - “O papel da comunicação no processo de transição de gestão na administração pública”.

FOSSATTI, Nelson Costa. **Gestão da comunicação na esfera pública municipal**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

GAIARSA, Octaviano A.. **Santo André: ontem, hoje, amanhã**. São Paulo: Prefeitura Municipal de Santo André, 1991.

GARCIA, Nelson Jahr. **O que é propaganda ideológica?** São Paulo: Brasiliense, 1990.

GOMES, Wilson. **A política da imagem**. São Paulo: Fronteiras, v.1, n.1, 1999.

GONZAGA, Adriana; RANGEL, Ronaldo. **Cidadania, município e movimentos sociais: caso do município de Vitória**. Rio de Janeiro: Revista de Administração Pública, v.30, n.4, jul/ago.1996.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural na esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

JODELET, D. *Les représentations sociales*. Paris: PUF, 1989.

KUNSCH, Margarida. M. K. **Tendências da produção científica em relações públicas e comunicação organizacional no Brasil**. Revista Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 24, n. 39, p. 202, 1º sem. 2003b.

_____. **Comunicação Organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades**. Disponível em: <http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/com_org_yRP/ponencias/TextoMargarida.pdf>, acessado em 18/11/11.

_____. **A comunicação para o desenvolvimento sustentável na sociedade globalizada**. IN: BARBOSA, Marialva (Org.). **Vanguarda do pensamento comunicacional brasileiro: as contribuições da Intercom (1977-2007)**. São Paulo: Intercom, 2007.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

MACEDO, Roberto Gondo. **A importância da assessoria de imprensa no marketing político**. IN: QUEIRÓZ, A.; MANHANELLI, C.; BAREL, M. S.; (Orgs). **Marketing Político, do comício à Internet**. São Paulo: Associação Brasileira de Consultores Políticos, 2007.

MAMOU, Yves. **A culpa é da imprensa**. São Paulo: Marco Zero, 1992.

MARTINEZ, Maria Regina Estevez. **Implantando e administrando uma assessoria de imprensa**. IN: DUARTE, Jorge (Org). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2006.

MATTELART, Armand; Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2000.

_____. **A construção social do direito à Comunicação como parte integrante dos direitos humanos**. São Paulo: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação – Intercom, v. 32, n.1, jan/jun de 2009.

MATOS, HELOIZA. **Comunicação pública, esfera pública e capital social**. IN: DUARTE, Jorge (Org). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2009.

_____. **Desafios da Comunicação pública no processo de democratização no Brasil, 1988**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br>. Acesso: 27/01/2012.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: Hucitec, 1994.

MONTEIRO, Graça França. **A singularidade da comunicação pública**. IN: DUARTE, Jorge (Org). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2009.

MONTOAN, Ruth Alexandre de Paulo. **1ª Entrevista [mensagem pessoal]**. Mensagem recebida por <valeria-amoris@uol.com.br> em 08/05/2011.

_____. **depoimento** [mar.2012]. Entrevistadora: V. C. AMORIS. São Paulo: São Paulo, 2012. Tempo de gravação: 1h19min. **2ª Entrevista** cedida ao Projeto de Mestrado em Comunicação da USCS – Universidade Municipal de São Caetano do Sul - “O papel da comunicação no processo de transição de gestão na administração pública”.

NASSAR, Paulo. **O uso das novas tecnologias de acesso ao virtual**. IN: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

NOVELLI, Ana Lúcia Romero. **Pesquisa de opinião**. IN: DUARTE, Jorge (Org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. (Org). São Paulo: Atlas, 2009.

PERUZZO, Cicília M. K; VOLPATO, Marcelo de Oliveira. **Conceitos de comunidade, local e região: inter-relações e diferença**. São Paulo: Líbero, v. 12, n. 24, dez. 2009.

_____. **Comunicação comunitária e educação para a cidadania**. IN: BARBOSA, Marialva (Org.). **Vanguarda do pensamento comunicacional brasileiro: as contribuições da Intercom (1977-2007)**. São Paulo: Intercom, 2007.

PESSONI, Arquimedes. **Crise de imagem ou oportunidade de mídia? Os bastidores do caso Eloá/Nayara**. Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0553-1.pdf>>, acesso em 25/05/2012.

QUEIRÓZ, Adolpho. **Na arena do marketing político**. São Paulo: Summus, 2006.

ROSA, Mário. **A síndrome de Aquiles: como lidar com as crises de imagem**. São Paulo: Gente, 2001.

RUBIM, António Albino Canelas. **Espectáculo, Política e Mídia**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>>, acesso em 13/02/2010.

SANTA RITA, Chico. **Batalhas eleitorais: 25 anos de marketing político**. São Paulo: Geração Editorial, 2002.

SANTOS, Célia Maria R. Godoy. **A pesquisa de opinião na construção da imagem política**. IN: IN: QUEIRÓZ, A.; MANHANELLI, C.; BAREL, M. S.; (Orgs). **Marketing Político, do comício à Internet**. São Paulo: Associação Brasileira de Consultores Políticos, 2007.

SANTOS, Célia Sandreschi: **depoimento** [abr.2012]. Entrevistadora: V. C. AMORIS. Santo André: São Paulo, 2012. Tempo de gravação: 59min.08seg. Entrevista cedida ao Projeto de Mestrado em Comunicação da USCS – Universidade Municipal de São Caetano do Sul - “O papel da comunicação no processo de transição de gestão na administração pública”.

SILVA, José Armando Pereira da. **O teatro em Santo André 1944 – 1978**. São Paulo: Prefeitura Municipal de Santo André, 1991.

SIQUEIRA, Elisabete Stradiotto; SPERS, Valéria Rueda Elias. **Os desafios das organizações no contexto pós-moderno**. Impulso – Revista de Ciências Sociais e Humanas. Piracicaba: UNIMEP, n. 29, 2001.

SOARES, Alexssander de Paula: **depoimento** [fev.2011]. Entrevistadora: V. C. AMORIS. Santo André: São Paulo, 2011. Tempo de gravação: 1h12min. Entrevista cedida ao Projeto de Mestrado em Comunicação da USCS – Universidade Municipal de São Caetano do Sul - “O papel da comunicação no processo de transição de gestão na administração pública”.

SOUZA, Diocésar Costa de; KÜHL, Marcos Roberto e RIBEIRO, Roberto Rivelino Martins. **Controle interno na administração pública municipal: uma amostragem da implantação no Estado do Paraná**. Disponível em: <http://www.dcc.uem.br/semana2006/anais2006/Anais_2006_arquivo_14>. Acesso em: 26/10/2011.

TÖNNIES, Ferdinand. **Comunidade e sociedade**. IN: MIRANDA, O. (Org.). **Para ler Ferdinand Tönnies**. São Paulo: Ed. USP, 1995.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**. São Paulo: Thomson, 2002.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1987.

VIEIRA, Sergio: **depoimento** [abr.2012]. Entrevistadora: V. C. AMORIS. Santo André: São Paulo, 2012. Tempo de gravação: 38min.39seg. Entrevista cedida ao Projeto de Mestrado em Comunicação da USCS – Universidade Municipal de São Caetano do Sul - “O papel da comunicação no processo de transição de gestão na administração pública”.

WESTPHAL, Márcia Faria. **O Movimento Cidades/Municípios Saudáveis: um compromisso com a qualidade de vida.** Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/csc/v5n1/7078>>. Acesso: 27/01/2012.

Sites visitados:

BLOG DA CIDADE DE SANTO ANDRÉ. **Os Prefeitos.** Disponível em: <<http://www.augus54.wordpress.com/os-prefeitos/>>. Acesso em: 26 out. 2011.

FUNDAÇÃO PRÓ-MEMÓRIA SÃO CAETANO DO SUL. Disponível em: <<http://www.fpm.org.br/>>; acesso em 20/03/2012.

PREFEITURA DE SANTO ANDRÉ. **História da Cidade.** Disponível em: <<http://www2.santoandre.sp.gov.br/page/15>>. Acesso em: 13 out. 2011.

PREFEITURA DE SÃO BERNARDO DO CAMPO. **Síntese Histórica.** Disponível em: <http://www.saobernardo.sp.gov.br/comuns/pqt_container_r01.asp?srcpg=historia_historia_sintese&IIHTM=false>. Acesso em: 21 out. 2011.

ESTATUTO DO FUNCIONÁRIO PÚBLICO DE SANTO ANDRÉ. Disponível em: <http://www.cmsandre.sp.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=470&Itemid=36>. Acesso em 18 maio 2012.

SEMINÁRIO INTERNO DO PARTIDO DOS TRABALHADORES DE SANTO ANDRÉ

“CONSTRUINDO CONSENSO”

APRESENTAÇÃO

O Partido dos Trabalhadores, por meio da executiva e do diretório municipal, em reunião realizada no último dia 29 de janeiro, decidiu realizar *um Seminário Interno* em março de 2011, para avaliar o desempenho do partido nas últimas eleições, bem como, estabelecer um canal direto com a militância para ouvir suas sugestões, seus anseios em relação ao partido e quais os caminhos a serem definidos para 2011 e 2012. O desafio é realizarmos um seminário que permita o debate sobre as estratégias e atividades de oposição que faremos contra a atual administração municipal e preparar o caminho para a construção consensuada das diretrizes para as eleições de 2012. Esse documento terá a finalidade, ainda, de apresentar e provocar o debate em relação aos objetivos, diagnóstico, proposta de ação para oposição e definir um projeto político para a cidade. Vale ressaltar a profunda importância desse seminário, uma vez que, trata-se de um momento de construir unidade e conseqüentemente fortalecer o partido, e, em especial, ter o orgulho de ser petista em Santo André vestindo a camisa do partido.

OBJETIVOS

a- Formular estratégias, propostas e atividades para realizar uma oposição permanente e contundente contra o atual governo municipal e seus aliados, aprimorando e unificando a atuação da executiva, diretório municipal, parlamentares, lideranças locais e a militância do PT

b- Desenvolver um processo vigoroso de construção de consenso para a atuação unitária do partido com os parlamentares e a militância do PT, tendo em vista a vitória de nosso projeto político em Santo André.

c- Fortalecer o Partido dos Trabalhadores de Santo André buscando consenso e construindo a unidade e a solidariedade interna.

Preparar o partido no seu conjunto para fazer uma oposição que demonstre de forma clara e objetiva à sociedade o quanto a cidade e os andreenses perderam com a eleição do Aidan, e qual o projeto de governo, de gestão e de políticas públicas que o PT desenvolve.

Apresentar à cidade qual é a diferença entre a atual administração e o modo petista de governar iniciado na gestão do companheiro Celso Daniel e continuado na gestão do companheiro João Avamileno. Buscar o convencimento na disputa de idéias em relação ao nosso projeto político em nosso programa de governo para o futuro da cidade, através de diálogos amplos e francos tanto com a parte da cidade que não tem votado na nossa legenda, como com a maioria que nos tem apoiado eleitoralmente,

Estabelecer diretrizes e encaminhamentos para formular um projeto de governo para disputar as eleições em 2012 para ganhar os corações e as mentes dos cidadãos e cidadãs andreenses para: conquistar a prefeitura; ampliar significativamente a bancada de vereadores e vereadoras; demonstrar efetivamente a diferença de um partido que busca, sempre, melhorar a vida; radicalizar a

democracia e ampliar os direitos dos trabalhadores e trabalhadoras, crianças, jovens, idosos, negros e negras, mulheres, enfim, de todas as pessoas que constroem suas vidas na cidade de Santo André.

Iniciar um debate e propor encaminhamentos que inaugurem e consolidem em nosso projeto político da cidade, uma nova forma de relação entre o partido e a bancada de vereadores e nosso futuro governo na prefeitura, com a finalidade de superar equívocos anteriores; alcançar e aprofundar nossa hegemonia e estabelecer uma gestão democrática, participativa e cidadã.

BALANÇO/DIAGNÓSTICO – EIXO 1

Observando o gráfico abaixo identificamos que há determinadas regiões “petistas” da cidade que já não comungam com os nossos ideais.

Nos quadros abaixo podemos observar as votações obtidas pelo PT no primeiro turno das eleições majoritárias por regiões do Orçamento Participativo (anos 2004, 2006, 2008 e 2010).

Região A – Bairro Santa Terezinha, Vila Metalúrgica e Vila Camilópolis

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	34%	Serra,42%	2°.
2008	50%	Salles 21%, Aidan 19%	1°.
2006	36%	Alckmin 53%	2°.
2004	44%	Brandão 46%	2°.

Região B - Jardim das Maravilhas, Jardim Santo Antonio, Jardim Utinga, Vila Francisco Matarazzo e Vila Lucinda;

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	39%	Serra 36%	1°.
2008	55%	Salles 19%, Aidan 14%	1°.
2006	42%	Alckmin 47%	2°.
2004	47%	Brandão 42%	1°.

Região C - Bangú, Parque Jaçatuba, Parque da Nações, Vila Curuça e Várzea do Tamandateí

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	31%	Serra 43%	2°.
2008	45%	Salles e Aidan ambos 21%	1°.
2006	37%	Alckmin 58%	2°.
2004	37%	Brandão 53%	2°.

Região D - Parque Oratório, Parque Novo Oratório, Jardim Ana Maria, Jardim Itapoan e Jardim Santo Alberto;

Ano	PT	Outros	Colocação PT
-----	----	--------	--------------

2010	41%	Serra 33%	1°.
2008	58%	Aidan 18%, Salles 18%	1°.
2006	44%	Alckmin 45%	2°.
2004	47%	Brandão 41%	1°.

Região E - Parque João Ramalho, Jardim Alzira Franco, Jardim Rina, Parque Capuava e Parque Erasmo Assunção;

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	48%	Serra 28%	1°.
2008	63%	Aidan 13%, Salles 17%	1°.
2006	46%	Alckmin 44%	1°.
2004	49%	Brandão 41%	1°.

Região F - Bairro Campestre, Bairro Santa Maria, Bairro Jardim, Vila Guiomar e Vila Alpina;

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	21%	Serra 56%, Marina 22%	3°.
2008	30%	Aidan 27%, Salles 23%	1°.
2006	23%	Alckmin 67%	2°.
2004	30%	Brandão 53%	2°.

Região G - Vila Palmares, Vila Aquilino, Vila Príncipe de Gales e Vila Sacadura Cabral;

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	48%	Serra 29%.	1°.
2008	55%	Salles 28%, Aidan 11%	1°.
2006	52%	Alckmin 38%	1°.
2004	58%	Brandão 35%	1°.

Região H - Vila Floresta, Vila Valparaíso, Bairro Pinheirinho, Jardim Bom Pastor, Vila Scarpelli e Vila Gilda;

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	30%	Serra 46%	2°.
2008	40%	Salles 24%, Aidan 22%.	1°.
2006	35%	Alckmin 57%	2°.
2004	40%	Brandão 49%	2°.

Região I - Bairro Paraíso, Jardim Jamaica, Jardim Oriental, Jardim Stella, Jardim Cristiane, Jardim Las Vegas e Jardim Milena.

Ano	PT	Outros	Colocação PT
-----	----	--------	--------------

2010	44%	Serra 32%	1°.
2008	54%	Salles19%, Aidan18%	1°.
2006	46%	Alckmin 42%	1°.
2004	52%	Brandão 37%	1°.

Região J - Jardim Alvorada, Jardim do Estádio e Vila Linda

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	40%	Serra 36%	1°.
2008	52%	Aidan 25 %, Salles 17%	1°.
2006	46%	Alckmin 43%	1°.
2004	51%	Brandão 38%	1°.

Região K - Vila Marina, Bairro Silveira, Vila Pires, Vila Helena, Vila Junqueira e Vila Vitória

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	36%	Serra 41%	2°.
2008	38%	Aidan 36%, Salles 19%	1°.
2006	40%	Alckmin 50%	2°.
2004	47%	Brandão 41%	1°.

Região L - Vila Alice, Bairro Casa Branca, Centro, Vila Alzira , Vila Assunção, Jardim Bela Vista e Vila Bastos

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	19%	Serra 58%, Marina 21%	3°.
2008	26%	Aidan 34%, Salles 21%	2°.
2006	21%	Alckmin 71%	2°.
2004	29%	Brandão 60%	2°.

Região M - Jardim Santa Cristina, Jardim Telles de Menezes, Jardim Guarará, Vila Luzita e Sítio dos Vianas

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	51%	Serra 26%	1°.
2008	51%	Aidan 26 %, Salles 17%	1°.
2006	53%	Alckmin36%	1°.
2004	53%	Brandão 34%	1°.

Região N - Centreville, Jardim Marek, Parque Marajoara, Jardim Santo Antonio de Pádua, Parque Gerassi e Cidade São Jorge

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	52%	Serra 26%	1°.
2008	63%	Aidan 18%, Salles11%	1°.
2006	54%	Alckmin36 %	1°.
2004	57%	Brandão 29%	1°.

Região O - Vila América, Vila Guarani, Vila Humaitá, Vila Progresso e Vila Homero Thon

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	39%	Serra 38%	1°.
2008	43%	Aidan 28%, Salles 19%	1°.
2006	41%	Alckmin 50%	2°.
2004	49%	Brandão 38%	1°.

Região P - Vila Tibiriçá, Condomínio Maracanã, Vila Guaraciaba, Jardim Ipanema, Vila Lutécia e Vila Suíça

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	50%	Serra 26%	1°.
2008	55%	Aidan 24%, Salles15%	1°.
2006	57%	Alckmin 33 %	1°.
2004	52%	Brandão 36%	1°.

Região Q - Parque Pedroso, Jardim Riviera, Parque Miami, Recreio da Borda do Campo, Três Divisas

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	51%	Serra 26%	1°.
2008	57%	Aidan 20%, Salles19%	1°.
2006	50%	Alckmin 41 %	1°.
2004	52%	Brandão 34%	1°.

Região R - Campo Grande, Jardim Clube de Campo, Parque América, Parque Represa Billings, e Vila de Paranapiacaba

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	47%	Serra 29%	1°.
2008	49%	Salles29%, Aidan 15%	1°.
2006	48%	Alckmin 44 %	1°.
2004	47%	Brandão 37%	1°.

A região R tem o menor colégio eleitoral da cidade.

Região S - Jardim Santo André, Jardim V. Rica, Vila João Ramalho, Bairro Cata Preta e Jardim Irene

Ano	PT	Outros	Colocação PT
2010	55%	Serra 25%	1º.
2008	57%	Aidan 23%, Salles 15%	1º.
2006	63%	Alckmin 35 %	1º.
2004	56%	Brandão 30%	1º.

Observações:

1-As tabelas acima nos permitem inferir que nas regiões (D, E, G, I, J M, N, P Q, R S) que somos historicamente vitoriosos, está cerca da metade do eleitorado;

2-Nas regiões (C, F, H, K, L) que historicamente não somos vitoriosos, está cerca de um terço do eleitorado;

3-Nas regiões (A, B, O) que historicamente oscilamos, está cerca de um sexto do eleitorado;

Podemos observar que com algumas regiões (item 1) já temos um diálogo adequado e que precisa ser mantido e ampliado. Com outras regiões (item 3) temos espaços de diálogo a ser aprofundado. Já com outras regiões (item 2) o trabalho a ser realizado é mais árduo: temos que ouvir os sentimentos, promover o embate ideológico, desenvolver uma linguagem consensuada com elas, sem abrir mão da condução do processo.

As exceções das vitórias que obtivemos nas regiões C em 2008, F em 2008, H em 2008 e K em 2004 nos permitem concluir que com os necessários cuidados é possível estabelecer uma interlocução adequada com as lideranças locais.

A região O requer uma análise mais específica em função da sequência de quedas nos números de votos que viemos obtendo.

Na tabela abaixo temos o desempenho nas eleições proporcionais, comparando com os outros dois partidos mais votados para Deputado Federal em Santo André.

Ano	1º. colocado	2º. colocado	3º. Colocado
2010	PT – 123.901 votos – 32,4%	PSDB – 74.315 votos – 19,4%	PSB – 43.073 votos – 11,3%
2006	PT – 110.137 votos – 29%	PSDB - 56.662 votos – 14,9%	PFL – 41.105 votos – 10%
2002	PT – 153.533 votos – 43,5%	PRONA – 36.806 votos – 10,4%	PTB – 33.343 votos – 9,5%
1998	PT – 109.729 votos – 41,0	PTB – 73.749 votos – 27,6%	PSDB – 24.118 votos – 9%

Na tabela abaixo temos o desempenho nas eleições proporcionais, comparando com os outros dois partidos mais votados para Deputado Estadual em Santo André.

Ano	1º. colocado	2º. colocado	3º. Colocado
2010	PT – 129.235 votos – 37,5%	PSDB – 66.116 votos – 19,3%	DEM – 33.707 votos – 9,8%
2006	PT – 111.092 votos – 29,6%	PSDB – 77.038 votos – 20,6 %	PV – 32.166 votos – 8,2%
2002	PT – 133.795 votos – 39,2%	PDT – 31.951 votos – 9,4%	PTB – 28.047 votos – 8,2%
1998	PT – 91.831 votos – 36%	PTB – 49.368 votos – 19,5%	PMDB – 22.205 votos – 5,8%

Podemos observar nesse quadro que o PT mantém-se em primeiro lugar na cidade independente da soma dos outros partidos

Tabela - Histórico das eleições majoritárias a partir de 1998 em percentuais em Santo André.

ANO	PT	OUTROS	OUTROS
1998-1º turno	45 – LULA	46 (FHC)	6 (CIRO)
2000-1º turno	70 CELSO DANIEL	22 (RUSSOMANO)	4 (PINA)
2002-1º turno	58- LULA	20 (SERRA)	13 (GAROTINHO)
2002-2º turno	66 –LULA	34 (SERRA)	
2004-1º turno	46 – J.AVAMILENO	42 (BRANDÃO)	6 (BIANCHI)
2004-2º turno	53- J. AVAMILENO	47 (BRANDÃO)	
2006-1º turno	42- LULA	48 (ALCKMIN)	8 (H. HELENA)
2006-2º turno	51- LULA	49 (ALCKMIN)	
2008-1º turno	49 – SIRAQUE	22 (AIDAN)	19 (SALLES)
2008-2º turno	44- SIRAQUE	55 (AIDAN)	
2010-1º turno	40- DILMA	37 (SERRA)	22 (MARINA)
2010-2º turno	49- DILMA	51 (SERRA)	

Abstenção: Santo André é a cidade com maior nível de abstenção em relação a todas as outras e tem aumentado mais nas duas últimas eleições:

Tabela 1: Porcentual de abstenção nas maiores cidades da região em 2006 a 2010 -

CIDADE	2010	2008	2006
Santo André	15,56	16,14	14,22
Diadema	14,25	13,80	12,68
São Caetano		5,76	
Mauá	13,69	12,30	12,85
São Bernardo	14,03	14,03	13,35
Osasco	14,25	13,80	12,68
Guarulhos	13,23	12,19	12,54

Tabela 2: Histórico de abstenção em Santo André

ANO	PERCENTUAL
2010	15,56
2008	16,14
2006	14,22
2004	14,88
2002	14,40
2000	14,83
1998	14,64
1996	13,74

A partir deste diagnóstico é necessário:

- ✓ Realizar pesquisa qualitativa e quantitativa com a finalidade de se obter um diagnóstico mais aprofundado sobre o que pensam os diversos setores sociais da cidade sobre o PT, sobre nossos governos e sobre a atual administração.
- ✓ Resgatar a atuação partidária junto aos movimentos sociais, às demandas populares, às lutas da classe trabalhadora, propondo sua articulação e organização para entre outras coisas: resistir e defender as conquistas e os canais de participação popular criados em

nossos governos; lutar por suas reivindicações; construir novos movimentos e/ou rearticular os existentes, a partir das demandas e possibilidades existentes;

- ✓ Promover uma maior inserção de nossos vereadores, deputados e atuais lideranças nesses movimentos;
- ✓ Promover como partido uma maior interlocução com nossas bases sociais na cidade, e com outros segmentos com os quais queremos estabelecer contatos e diálogo, que congreguem desde as atividades da natureza política propriamente ditas, como nossa participação em atividades de cunho social, cultural e outras.
- ✓ Promover plenárias do partido abertas à população nos bairros com palestras, debates, divulgação das ações do partido, discussão de temas gerais, da cidade ou locais.
- ✓ Desenvolver novas formas de contato e diálogo com o chamado “cidadão comum”, aquele que ainda pouco participa da política e de movimentos.
- ✓ Priorizar a atuação e construção do partido junto à juventude da cidade (pensando e desenvolvendo novas formas, mais adequadas de aproximar da mesma) pelo papel estratégico que tem hoje na luta política e tendo em vista a necessária e permanente renovação de nossa militância e de nossos quadros, e de nosso próprio projeto de transformação social;
- ✓ Tratar com especial atenção ao segmento da juventude no movimento estudantil e sindical;
- ✓ Construir políticas que permitam a inserção do partido junto a diversos setores da sociedade local que também têm importância estratégica em nosso projeto (trabalhadores de mais alta renda e setores médios)
- ✓ Elaborar uma política para a inserção orgânica do PT em toda a cidade seja através da reconstrução de instâncias de base, no PT Santo André, tais como: núcleos por bairros ou por regiões da cidade sejam através de novas formas de aglutinação e organização da militância que melhor reflitam as diferentes formas de organização e de identidade sociais hoje existentes (por áreas de atuação, por categorias profissionais, por locais de trabalho, por identidades culturais, por comunidades na internet etc.);
- ✓ Considerar uma interlocução permanente entre as instâncias do partido com o governo petista;
- ✓ Resgatar a militância petista, investindo no trabalho de construção partidária, desde a sua base: valorizar, formar, preparar e organizar sua militância, fazer funcionar as instâncias, aprimorar as políticas de: comunicação, de finanças, de formação, e articular suas ações; dessa forma motivando os militantes e lideranças a defender a bandeira do partido;
- ✓ Priorizar a formação de novas lideranças;

- ✓ Continuar o processo de filiações, na forma estatutária ampliando o partido na cidade, mas vinculando esse processo ao necessário trabalho de formação e de inserção orgânica na atuação partidária desses novos filiados;
- ✓ Identificar e potencializar a ação dos militantes para a sua atuação interna e externa, ou seja, no partido e nas suas regiões;
- ✓ Fortalecer e valorizar as Secretarias e os Setoriais como espaços de formulação de políticas para as suas áreas específicas de atuação, com permanente acompanhamento de suas ações pela direção partidária;
- ✓ Estimular a criação de novos Setoriais ou Núcleos Temáticos, agregados à Secretaria de Movimentos Populares;
- ✓ Cada instância do partido, cada Secretaria, cada Setorial, cada núcleo de base, deverá contribuir para o partido por meio de várias ações, inclusive cada membro do Diretório Municipal deverá, obrigatoriamente, participar e se engajar em alguma dessas instâncias por sua escolha, com o propósito de atingirmos os objetivos estabelecidos.

OPOSIÇÃO AO GOVERNO AIDAN-EIXO 2

Passados mais de dois anos do Governo Aidan, aquilo que nosso partido já analisava e previa, antes mesmo do seu começo – conforme Resolução aprovada no Diretório Municipal em novembro de 2008 - se confirma amplamente:

“O PT identifica no futuro governo que assume em 2009, as forças sociais e políticas identificadas com um projeto conservador, clientelista e vinculado a interesses de setores do grande capital, que se espelham no modelo neoliberal e que apostam no retrocesso, nas privatizações, na lógica do mercado em detrimento do interesse público, no esvaziamento do Estado, e no fim de programas e projetos que beneficiaram a cidade e colocaram Santo André na vanguarda entre as cidades brasileiras em termos de políticas públicas”.

Nestes dois anos, o que assistimos na cidade foi um contínuo processo de desmonte das políticas mais avançadas de nossos governos, em particular daquelas que envolviam a participação e co-gestão popular, e que colocavam o poder público municipal como agente da democratização da cidade, com prioridade ao empoderamento das classes trabalhadoras e setores mais excluídos.

Esta fúria na tentativa de apagamento de nossa herança positiva estendeu-se por todos os setores da administração, atingindo inclusive nossas marcas mais visíveis, como o paisagismo da cidade, até mesmo nos detalhes mais ínfimos e de menor importância (como a cor dos ônibus e dos pontos, por ex.)

O fim do orçamento participativo, o esvaziamento dos canais de participação popular, e sua substituição pelo clientelismo, pela cooptação de lideranças (dado, por exemplo, pela supervalorização do Fundo Social de Solidariedade), quando não pela repressão aberta nos casos em que os movimentos sociais se expressaram com mais firmeza na defesa de seus direitos e de suas conquistas, mostram que o Governo Aidan é mais uma manifestação da verdadeira face da direita nos governos: fazer do exercício do poder de estado instrumento do reforço de sua dominação de classe, o que passa inclusive por fazer da sua atuação na esfera pública a simples extensão de sua atuação na esfera privada, dos negócios.

A burguesia brasileira como classe social e seus representantes políticos – como Aidan é - nunca aceitou plenamente a democracia, mesmo a formal, burguesa no sentido estrito da palavra. Qualquer perspectiva de radicalização democrática desse estado é encarada como uma ameaça à sua dominação, e como um obstáculo aos negócios.

A relação com a maioria da população e com suas demandas, com as quais qualquer governo tem que lidar, mesmos os mais conservadores, acaba sendo uma mescla de clientelismo (pelo qual a população mais pobre é tratada não como portadora de direitos, mas sim como objeto de favores), com autoritarismo puro e simples.

Aidan assume o governo da cidade em condições infinitamente melhores que aquelas que encontramos em 97, inclusive quanto à situação financeira da prefeitura (aliás, herdadas do mesmo PTB). A combinação de grande crescimento econômico, no país e na região, com a retomada do papel do Estado brasileiro como impulsionador desse desenvolvimento, propiciou ao poder público municipal contar com recursos financeiros nunca antes visto, sejam orçamentários (pelos aumentos recordes da arrecadação, que prosseguem ano a ano), sejam pelo aumento exponencial de repasses de recursos do governo federal do PT, para obras e serviços em programas de porte tais como a do PAC, Programa Minha casa, Minha Vida e outros.

Quando assumiu, várias dessas obras e serviços estavam já comprometidos entre os governos municipal e federal, vários em projeto ou em andamento.

No entanto, a grande maioria disso tudo ainda não saiu do papel. Esse governo tem mostrado uma enorme dificuldade de executar as ações destes programas, em boa medida pela falta de competência técnica/administrativa e de competência que vem demonstrando no exercício de governo, como pela resistência em investir nas contrapartidas e na criação das condições necessárias para o sucesso desses programas, e também pela falta de transparência e de participação popular efetiva na execução desses programas. Alguns exemplos são gritantes como a obra de canalização do córrego Taioca, que está parada. A isso, soma-se o descaso puro e simples com o dinheiro público, sobrando exemplos de mau uso desses recursos.

O trânsito caótico em nossa cidade é um dos resultados da total falta de planejamento do Governo. Obras mal planejadas ou mal feitas, tais como a da reforma do Viaduto Adib Chammas, a falta de manutenção do sistema viário, ou, quando as obras são executadas, em dias e horários inadequados, causando enormes transtornos, tem sido a marca de nossa cidade nos últimos meses.

Problemas que já julgávamos resolvidos em grande parte na cidade, tais como as enchentes na área central, e em alguns outros bairros, voltaram a se manifestar, fruto da ausência de investimentos em drenagem, da simples falta de manutenção (limpeza de bueiros, por ex.) e da desconexão com os serviços de coleta de lixo.

Há muito tempo na cidade não havia mais problemas sérios no abastecimento de água. Pois com o Governo Aidan, este problema retorna, e não à toa junto com a crise do Semasa.

Na área da saúde, a “menina dos olhos” do candidato Aidan, os problemas não tem sido menores, o desmantelamento do PSF e o engodo do “Poupatempo” da saúde, o PT deve denunciar esta mentira do prefeito Aidan, posto que não se trata de Poupatempo e sim de uma AME (ambulatório médico de especialidades), programa estadual que não atende exclusivamente pessoas da cidade e sim da região, instalado num prédio construído pela gestão petista.

Existe uma crise profunda no atendimento nos diversos equipamentos de saúde no município. Além da constante falta de remédios, o seu fornecimento, bem como as prioridades no atendimento, pauta-se pelo mais abjeto clientelismo, tais como o atendimento preferencial a pedidos de vereadores da base de apoio do governo.

O desastre deste Governo é percebido nas ruas da cidade, já que essa falta de competência, de desenvoltura, tem se manifestado inclusive nas tarefas mais cotidianas de qualquer governo, tais como a manutenção da cidade, conservação de ruas e praças, dos prédios e equipamentos públicos etc.

Em contrapartida o Governo tem sido generoso com os gastos em publicidade - cerca de 10 milhões por ano fato que assegura uma forte blindagem na maioria dos jornais regionais, apesar do desastroso desempenho.

Para efeito de comparação, basta analisar o tratamento dado pela mídia local a reinauguração da Praça Kennedy, em um bairro de classe média da cidade, e as manchetes na época da inauguração da UFABC, do Hospital da Mulher, da Sabina, ou das moradias do PAC no Alzira Franco.

Para todos os grandes problemas da administração Aidan, contribui o processo de esvaziamento e enfraquecimento da estrutura do serviço público municipal (perda de trabalhadores, terceirizações desmedidas, pouquíssimos novos concursos públicos etc.). Esse processo combina-se com a tentativa de adoção de uma pretensa “gestão empresarial” na Prefeitura, trazendo para os cargos diretivos principalmente diretores e executivos da área privada, sem a mínima idéia do que seja serviço público, e sem a mínima idéia do que seja gestão democrática e participativa, eis que durante anos se dedicaram apenas à tarefa de serem gestores do capital.

Acostumamo-nos a dizer, e não está errado, que Aidan “virou a página, mas não escreveu nada nela – vez que, mais que um candidato “orgânico” e histórico da direita, Aidan acabou sendo “adotado” pela mesma para vencer o PT e a esquerda, e por isso sequer representava um projeto claro e configurado, alternativo ao nosso, ainda que de caráter conservador. Afora isso, temos assistido a transformação do governo municipal em veículo de interesses de grupos econômicos.

O resultado é que não é possível vislumbrar uma linha condutora clara neste governo, que vá além do conservadorismo e da negação das políticas implementadas pelos governos petistas. O que mais próximo esse governo traz como uma linha, um programa, é servir de veículo para o interesse de grupos econômicos, alguns deles bem definidos.

As principais ações de iniciativa desse governo (não falamos aqui daquelas patrocinadas pelos governos: federal e estadual) aquilo que ele traz como “novidades”, envolvem sempre algum interesse econômico forte, ou um grupo de interesses envolvidos.

Foi assim na desvirtuação do Projeto Cidade Pirelli, em que sob a bandeira do “desenvolvimento econômico” patrocina-se um grande empreendimento imobiliário privado de prioridade no mínimo duvidoso para a cidade sem contrapartida ao município, e que provocará um surto especulativo de grandes proporções; é assim na revisão proposta do Plano Diretor, em que o governo, a pretexto de “disciplinar” o processo de verticalização na cidade, na verdade libera as regiões de maior interesse ao mercado imobiliário para uma nova grande onda de verticalização.

Mesmo na crise financeira do Semasa, algo que tem merecido de nosso partido e bancada o mais firme questionamento, pelo absurdo da situação (onde o governo, inclusive, mente quando diz que não recebeu recursos do governo federal) podemos ver o interesse de outros “negócios”.

Articula-se com essa crise a aprovação prévia das PPPs – parcerias público-privadas - como a justificá-la como uma saída para a crise que já se anunciava.

Até mesmo a terceirização desenfreada em vários setores da administração, que permite a Aidan exercer mais uma faceta de seu clientelismo, transformando a Prefeitura num grande “cabide” para apoiadores, também permite gerar novas frentes de “negócios” privados, tudo isso ao custo da precarização e desprofissionalização do serviço público.

Os recursos crescentes destinados à contratação de terceiras nos orçamentos, em contradição com a ausência de recursos destinados à valorização dos servidores (reajustes) valorização que era uma promessa do candidato Aidan, são a prova evidente dessa escolha e desta diretriz do Governo Aidan.

As dificuldades encontradas pelo atual Governo em unir sua base parlamentar e social de apoio são decorrência, tanto do fato de que até agora o governo não ter se mostrado a que veio – o que dificulta o apoio ao mesmo por parte dessa base – quanto pelos conflitos internos ao bloco de sustentação, dado inclusive pela disputa do PSDB, que almeja vôo próprio.

Mas não podemos jamais subestimar duas coisas principais:

Primeiro, a capacidade desse mesmo governo em, sem abrir mão de seu caráter, aperfeiçoar seu desempenho, senão nas grandes questões, ao menos nas tarefas mais cotidianas, como manutenção de vias e parques, limpeza etc., de forma a que, ao final do governo, consiga dar uma grande “maquiada” na cidade.

Da mesma forma, o governo continua contando com recursos abundantes e com a continuidade de repasses do Governo Federal, sendo que muitas das obras dos principais programas bancados por esses recursos devem começar a ser entregues independente dos atrasos, não são poucas coisas, e

atenderão a grandes demandas. E, mesmo com o desperdício de recursos, o orçamento municipal certamente permitirá a execução de vários serviços e obras, aos quais o governo, com apoio da mídia, tem dado uma publicidade muito além do peso real das mesmas, tais como as “reinaugurações” de EMEIEFs e creches, a “revitalização” de algumas praças, que podem dar ao governo, em seu final de mandato, algum respaldo popular mais forte.

Segundo lugar, precisamos ter muito claro a enorme importância para a direita, para a luta pela manutenção da hegemonia tucana e de seus aliados no estado, manter o governo em Santo André, e evitar que o retomemos.

Para essa direita, a conquista do governo de Santo André, além de contrabalançar a perda de São Bernardo, significou fortalecer o papel estratégico de Santo André na região, superando inclusive o de São Caetano. Lembramos também que o PSDB estadual deliberou por lançar candidaturas em todas as cidades do estado (o que não implica que algumas dessas candidaturas com apoio tucano não possam ser de outros partidos, e é o que Aidan almeja e disputa), e que na região só tem a Prefeitura de Rio Grande da Serra.

A direita assombra-se, sobretudo com a possibilidade de conformarmos, nas próximas eleições municipais, um “corredor vermelho”, estendendo-se de Diadema a Mauá (quicá mais adiante, a Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra), englobando as quatro cidades mais populosas e de maior peso econômico, social e político da região – que nos permitiria inclusive dar um enorme salto político e administrativo na retomada de uma política regional, inclusive via Consórcio Intermunicipal.

Ou seja, se por um lado os conflitos na base de apoio de Aidan podem e devem ser estimulados por nós, tanto para descolar apoios dessa base, quanto, na dificuldade para isso, neutralizar alguns apoios à reeleição de Aidan.

De qualquer forma, o mais provável, é que nas próximas eleições, tenhamos mais um episódio da tradicional polarização entre “PT x anti PT” aglutinando-se neste anti-PT as forças conservadoras e de direita (seja em torno de Aidan já no 1º turno, sejam em mais candidaturas que se unifiquem no 2º turno, como tem acontecido nas últimas eleições), e para isso devemos nos preparar.

Essa preparação passa por reconstruirmos uma política de alianças que, inclusive, subtraia partidos e setores hoje na base do governo, mas passa fundamentalmente pela reconstrução de nosso projeto para a cidade, de caráter democrático e popular, que nos permita congrega em torno dele amplos setores sociais na cidade.

A partir de 2009 o PT assumiu na cidade a condição de oposição ao governo municipal. Desde então, nosso partido vem cumprindo este papel, por meio de nossa Bancada de Parlamentares, além da participação da militância em atividades como: a caravana nos bairros, entrega de jornais e boletins de denúncia.

Realizamos também o O.P.A. (Orçamento Participativo Alternativo) como resposta ao governo que acabou com esse mecanismo de participação popular na cidade.

No segundo semestre de 2010, nosso partido voltou-se para as eleições de: Presidenta, Governadora, Senadora e Senador, Deputados e deputadas Federais e Estaduais.

O PT tem desenvolvido um trabalho de oposição nestes dois anos, sendo coerente, responsável e conseqüente.

Mas é preciso articular melhor nossas ações de oposição, ainda muito centradas na ação parlamentar a duas outras formas de ação: uma é à ação partidária propriamente dita, de apoio político, logístico, de divulgação, tanto às nossas ações na Câmara, quanto para repercutir nossa política e posições na cidade;

E a outra, diz respeito às ações de mobilização social, em particular à ação partidária nessas mobilizações. Essa articulação é uma questão estratégica de fundo, necessária não apenas para fortalecer a oposição e a resistência popular às políticas e ações do governo Aidan, como para fortalecer o partido e suas posições junto à sua base social histórica e junto a novos setores sociais que venham a se mobilizar, construindo-nos como uma alternativa política concreta, e o mais importante, que se constrói junto com a luta do povo.

Motivos e oportunidades para isso não tem faltado. O desastre do governo Aidan a todo o momento propicia que mais e mais setores sociais, comunidades, movimentos, choquem-se com o governo.

Cabe ao partido, não apenas à bancada, intervir nesses processos, com política, estratégia, proposta, envolvimento da militância, respeitando e promovendo sempre a autonomia dos movimentos, mas também sempre afirmando e deixando claras nossas posições e propostas, retomando assim o papel dirigente que um partido de trabalhadores deve almejar ter na luta da classe que representa.

Podemos sintetizar essas tarefas na seguinte afirmação: o PT precisa se fortalecer como força dirigente de um amplo movimento, social e político, forte e conseqüente, de oposição ao governo Aidan, que permita reaglutinar as forças populares na cidade, de forma a retomarmos o governo municipal em 2012

Afinal temos que mostrar à população o que significa esse governo desastroso, mas ao mesmo tempo temos que mostrar nossas propostas e nosso projeto para a cidade.

Nosso partido precisa encontrar meios para dialogar com os chamados “setores médios” da cidade. De certa forma estamos gradativamente perdendo apoio destes setores. Esse diálogo requer uma abordagem diferenciada.

Devemos definir e implementar estratégias de convencimento para os vários segmentos da cidade- econômicos, sociais e culturais, mulheres, jovens, idosos verificando, com o diagnóstico, seus principais anseios e expectativas.

Também não podemos esquecer-nos de continuar a fazer oposição ao Governo do Estado, que assim como o Governo Municipal, representa o projeto PSDB\DEM no Estado de São Paulo.

Proposta para a Oposição ao Governo Aidan

1. Articular melhor as ações entre a direção do partido, bancada e militância para fazer oposição explorando as fragilidades do governo Aidan em debates com o PT e a sociedade.
2. Fortalecer as ações de nossos parlamentares por meio de denúncias sistemáticas no plenário da Câmara Municipal, elaboração de requerimentos de informação, denúncias ao Ministério Público, boletins e denúncias à imprensa local e, também utilizando melhor as redes sociais virtuais, e promover várias ações de protesto na cidade.
3. Fazer uso do artigo 92 da lei orgânica municipal que faculta a cada munícipe solicitar informações de interesses pessoais ou coletivos junto à administração municipal.
4. Reafirmar o OPA (Orçamento Participativo Alternativo) como mecanismo de oposição ao governo Aidan, tarefa esta que cabe ao conjunto do partido:
5. Elaborar jornais ou boletins denunciando os desmandos do governo municipal na cidade de forma sistemática;
- 6- Promover ações diretas com a população por meio de caravanas nos bairros, reuniões, assembléias, panfletagem em pontos de concentração, tais como: feiras, centros comerciais, templos religiosos e outros; Nestas ocasiões, o PT utilizará carros de som nos bairros, bem como criará e utilizará a Radio PT, e registrará e mostrará, em fotos, vídeos e entrevistas, denúncias sobre o governo municipal (como obras paradas e de mais barbaridades);
6. Dialogar com outros atores da sociedade propondo criar Espaços de Debates envolvendo vários segmentos a fim de formularmos críticas ao atual governo e elaborarmos propostas de um novo projeto para a cidade;
7. Devemos criar um espaço interno de debates, amplo e permanente, envolvendo a direção do partido, parlamentares, militantes e simpatizantes do PT. Para articular informações, ações e atividades de denúncias ao governo Aidan. Debater propostas setoriais e temas sobre políticas com agendas pré-determinadas e ampla divulgação no PT;
8. Reforçar o apoio a nossa bancada de vereadores no trabalho de oposição parlamentar, seja na articulação com a mobilização social com pressão na câmara, seja no apoio logístico e de divulgação. Melhorar a articulação entre o partido e a bancada, especialmente em relação às secretarias e os setoriais;
9. Fazer um ato de entrega de todos os contratos irregulares ou com suposta irregularidades do atual governo para o tribunal de contas;
10. Potencializar o portal do PT integrando ferramentas de redes sociais de forma que estes instrumentos sirvam para divulgar as ações de oposição do governo

- Aidan, bem como, criar uma página exclusiva para militantes poderem fazer denúncias sobre o governo municipal;
11. Realizar prestações de contas das ações da bancada no seu conjunto e de cada um de nossos parlamentares para o diretório municipal e a população;
 12. Capitalizar as ações do Governo Federal em curso em nossa cidade, tais como UFABC, UPAS, Minha casa minha vida, obras do PAC, recursos para saúde, educação e desenvolvimento econômico;
 13. Criar em 2011 grupos de trabalho temáticos para construirmos diagnósticos e acompanharmos as ações do atual Governo em cada área da cidade, que devem ser coordenados pela Secretaria de Políticas Públicas do PT Santo André;
 14. Subsidiar os deputados do PT, especialmente, de Santo André para que utilizem o parlamento estadual e federal para denunciar os desmandos do governo Aidan;
 15. Dialogar com os partidos de esquerda e com os tradicionais aliados do PT para construirmos uma ampla aliança política na cidade visando 2012. O PT de Santo André deve construir alianças políticas com base no seu programa de governo;
 16. Organizar atos, manifestos, seminários entre outros em defesa das políticas que o PT implantou na cidade e que são marcas de nossos Governos, tais como a participação popular, as escolas livres, o fim da perseguição ideológica na cultura e na educação, a regionalização das ações entre outras.

PROJETO POLÍTICO PARA A CIDADE DE SANTO ANDRÉ: RETOMADA DE UMA POLÍTICA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SUSTENTÁVEL COM INCLUSÃO SOCIAL - EIXO 3.

O Partido dos Trabalhadores tem uma longa história em Santo André, alicerçado num ambiente de mudança política, e que nos fortaleceu a identidade, em especial, nos setores de baixa renda e alguns segmentos médios ligados à cultura, à educação e outros. No último período o PT governou Santo André por 12 anos consecutivos desenvolvendo no conjunto de suas políticas públicas processos que melhoraram a vida dos cidadãos e cidadãs.

Vale lembrar que administramos a cidade num período, em que a política neoliberal se consolidava, em especial, na região do grande ABC, trazendo com isto uma profunda crise econômica e social, com a redução acentuada de receitas dos municípios; queda no ICMS em SA; diminuição da renda média dos trabalhadores; diminuição dos repasses dos governos Estadual e Federal.

A inversão deste quadro desolador se deu em grande parte a partir de dois fatores fundamentais: Uma nova forma de governar - transparente e participativa, elegendo e invertendo prioridades nas

políticas públicas desenvolvidas em nosso governo petista e o outro fator se deu com a eleição do governo do presidente Lula traduzindo o seu governo em importantes ações voltadas, entre outras coisas, para apoiar os municípios nas várias áreas sociais.

Esses fatores somados a um crescimento da economia traduziram-se em uma maior oferta de empregos com carteira assinada, aumento da renda média e o aumento nas receitas do setor público.

Muitas ações foram desenvolvidas em nosso governo petista que garantiram uma mudança substancial na melhoria da qualidade de vida para segmentos da cidade, podemos destacar alguns exemplos: *reurbanização de vários núcleos habitacionais, doação terreno UFABC, viaduto Salvador Avamileno, novas escolas (emeief e creches), inclusão na educação pública, suporte e atendimento para alunos e alunas com deficiência, Cesas, Sabina, Festival de Inverno de Paranapiacaba, Centro de Referência dos Idosos, Empreendedoras Legais, escolas livres de teatro, cinema, dança e literatura revitalização de parte da Avenida Industrial, e construção da nova rodoviária (parte do projeto Eixo Tamanduati), Hospital da Mulher, criação do Parque Central, criação da incubadora pública de economia popular e solidária entre outras obras e projetos.*

Mas a crítica deve ser feita, essencialmente, aquela que permita avaliar quais foram os erros cometidos ao longo destes 12 anos e que de alguma forma fizeram com que a cidade desenvolvesse ressentimentos em relação a nossa gestão.

O PT deve organizar um processo profundo de avaliação sobre nossa administração nos últimos 12 anos em conjunto com a elaboração do nosso plano de governo.

A reversão deste quadro se dará, entre outras coisas, em qual será o tipo de diálogo que estabeleceremos com a cidade.

O PT deverá apresentar de forma simples e clara à sociedade andreense propostas, traduzidas num projeto de cidade calcado no desenvolvimento econômico, social ambientalmente sustentável, com inclusão e justiça social, com radicalização democrática, através do compartilhamento de poder entre estado e sociedade.

Construir, Articular e Gerir, no plano local, políticas públicas voltadas para a melhoria da qualidade de vida das pessoas. Com a garantia de formas de mobilização, organização, participação cidadã e controle social, onde cada parte ou região da cidade terá espaços garantidos de diálogo entre poder público e sociedade. Vamos fazer a diferença e reviver essencialmente o modo petista de governar.

Sem dúvida alguma será necessário apresentarmos um programa de governo que traduza as prerrogativas e anseios dos cidadãos e cidadãs nas melhores políticas e serviços para a cidade em seus vários setores, regiões e segmentos, priorizando dentre eles as amplas maiorias populares e os amplos setores médios.

O programa de governo deve ser factível, com propostas de curto, médio e longo prazo e construído o mais próximo possível as diretrizes do governo federal respeitando obviamente as características da cidade.

Outro desafio está em manter as nossas bases sociais e dialogarmos com os setores médios. Construir uma agenda política afirmativa que se traduza em ações reais para a nossa cidade.

Devemos reconquistar a confiança do funcionalismo (estatutários e celetistas) e desenvolver políticas concretas de valorização quando assumirmos o governo; inclusive respeitando e valorizando a representação sindical.

Por tanto o programa de governo deverá ser construído pelo conjunto dos militantes e simpatizantes do partido a fim de aglutinarmos e consensuarmos o melhor projeto para a nossa cidade.

Importante ressaltar que tal tarefa não se dará a partir da estaca zero. Temos uma bagagem riquíssima a preservar. Tal bagagem consiste no acúmulo obtido pelas nossas administrações e que teve como sínteses as elaborações dos programas das eleições anteriores.

O PTB apresentou na campanha passada uma proposta de “virar a página”, porém não havia nada escrito. O que estão escrevendo é uma política de gestão que se faz no clientelismo político, na cooptação de lideranças e num total descontrole na gestão dos recursos financeiros públicos.

Precisamos reavivar a satisfação e o orgulho de sermos andreenses e de nossa cidade ser um dos melhores lugares pra se viver.

Neste sentido será necessário apresentar as nossas propostas para as várias áreas, e segmentos como, por exemplo: cultura, esporte, lazer; turismo; habitação; educação; saúde; segurança; meio ambiente; participação cidadã; transporte e trânsito, infra-estrutura; políticas para a mulheres, jovens, negros e negras, pessoas com deficiência, idosos, criança e adolescente e funcionalismo público, política tributária e políticas para empresas públicas.

Devemos provocar a participação da sociedade civil na construção das políticas públicas e fazer funcionar mais efetivamente os organismos de fiscalização do executivo através dos conselhos municipais.

A apresentação de um projeto político que tenha a cara da nossa cidade requer repensar quais são as condições que serão necessárias para retomar o governo na cidade, além, é claro, definir o(a) candidato (a) que ao mesmo tempo melhor possa expressar nosso projeto e que melhor condições apresente para ganhar o apoio a esse projeto a maioria dos cidadãos e cidadãs de Santo André.

A escolha desta candidatura será realizada pelo conjunto do partido na cidade, tendo como parâmetro a construção consensuada deste nome e como critérios a viabilidade e a densidade eleitoral do (a) candidato (a), a capacidade de interlocução do mesmo (a) com a sociedade, sua legitimidade junto ao partido, o seu potencial para liderar a oposição ao atual governo municipal e que seja do Partido dos Trabalhadores.

Vale ressaltar que é fundamental a escolha do nome se dar a partir de um calendário estabelecido pela executiva e aprovado pelo diretório, considerando o início do processo de construção em abril e sua finalização até setembro de 2011.

Neste seminário vamos iniciar um processo que contribua para: 1- superar a fragilidade política e eleitoral vivida pelo PT dos últimos períodos; 2-dialogar com amplos estratos e segmentos sociais;

3- fortalecer e ampliar o diálogo interno no PT e uma composição de poder no futuro governo baseada na democracia e representação do conjunto do partido, para fortalecermos as contribuições e participação do conjunto das forças políticas do partido.

Além de:

1-Identificarmos e fortalecermos os aspectos que nos unem na caminhada do partido;

2-Superarmos os problemas passados na desconstrução de condutas que prejudicam a vida do partido e, por último;

3-Construirmos, sempre, uma trajetória ética, afirmativa e consensuada no diálogo em todas as decisões que faremos no partido e para o partido.

Após o Seminário o partido, por meio da executiva e do diretório irá estabelecer critérios e métodos para organizar a escolha da candidatura de 2012.

4-Estabelecer, na reunião do Diretório Municipal do mês de abril de 2011, contemplando todas as forças políticas do partido, um grupo de trabalho para articular desde já a construção das diretrizes de nosso próximo Programa de Governo;

5- Criar as condições de ampliarmos nossa representação na Câmara, aproximando nesse processo de construção da juventude, das mulheres, da militância do combate ao racismo, da militância ambiental, de modo a construirmos uma chapa de vereadoras e vereadores que seja capaz de expressar toda diversidade do PT e de nossa base social e disputar com força no eleitorado;

5 a - conforme orientado em plenário, será remetido à executiva para análise sobre a proposta de paridade entre os candidatos a vereadores e candidatas a vereadoras.

6- Fica estabelecido que seja aceitas inscrições de pré-candidaturas a Prefeito (a), num prazo estabelecido pelo DM, que será coordenado pela executiva, no mês de abril de 2011 para levantarmos quantas candidaturas se apresentarão.