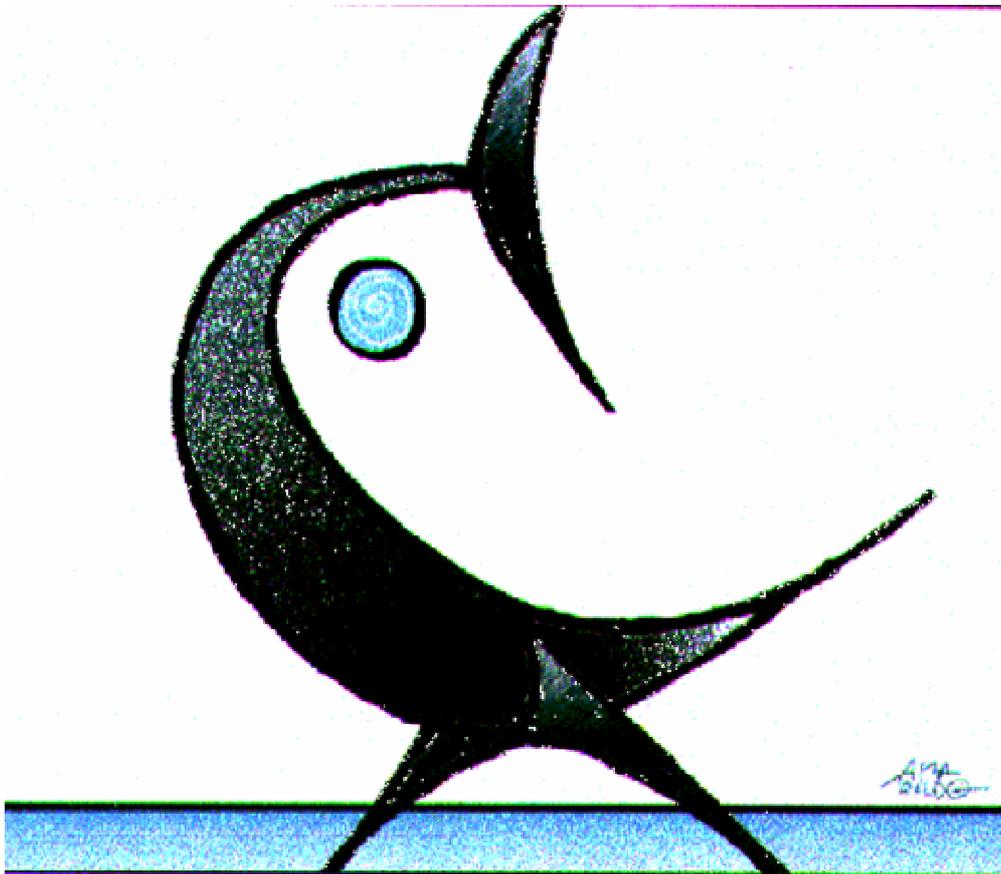


Desirée Cipriano Rabelo

# **Comunicação e mobilização social: a Agenda 21 local de Vitória (ES)**



Universidade Metodista de São Paulo  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social  
São Bernardo do Campo, 2002

Desirée Cipriano Rabelo  
(desiree.vix@terra.com.br)

# **Comunicação e mobilização social: a Agenda 21 local de Vitória (ES)**

Tese apresentada  
em cumprimento parcial às exigências  
do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social,  
da UMESP - Universidade Metodista de São Paulo,  
para obtenção do grau de Doutor  
Orientadora: Professora Maria das Graças Conde Caldas

Universidade Metodista de São Paulo  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social  
São Bernardo do Campo, 2002

## **Folha de aprovação**

A tese

*Comunicação e mobilização social: a Agenda 21 local de Vitória (ES)*,  
elaborada por Desirée Cipriano Rabelo,  
foi defendida no dia 19 de março de 2002, tendo sido aprovada com louvor

### **Banca Examinadora**

Prof. Dr. Eron Brum  
Prof. Dr. Wilson da Costa Bueno  
Prof<sup>a</sup>. Dra. Cicília Peruzzo  
Prof<sup>a</sup>. Dra. Cremilda Medina  
Prof<sup>a</sup>. Dra. Graças Caldas (presidente)

**Área de Concentração:** Processos Comunicacionais

**Linha de Pesquisa:** Comunicação Segmentada

## **Agradecimentos**

- a minha orientadora, professora Maria das Graças Caldas Condes, por sua constante atenção, estímulo e amizade;
- à equipe de professores do PósCom-UMESP, que me incentivou em todos os momentos, possibilitando, inclusive, a minha experiência na Universidade de Salamanca;
- a José Antônio Martinuzzo e Madalena de Carvalho Neponuceno, fontes preciosas e incansáveis, que abriram os arquivos e caminhos da Prefeitura Municipal de Vitória;
- aos companheiros que tantas vezes compartilharam comigo os desafios deste projeto, especialmente ao Cláudio Rogério;
- à Pastoral da Criança e aos amigos da Rede de Comunicadores Solidários à Infância, que me ajudaram a vivenciar e a compreender o sentido da mobilização social;
- ao Programa de Incentivo à Capacitação Docente/Capes e à UFMS, que viabilizaram a minha dedicação integral à pesquisa;
- e a todas pessoas que tornaram possível este trabalho. Foram várias as formas de orientação e apoio. Algumas vezes eles eram técnicos, noutras olhares e gestos, a ternura oferecida no instante exato em que clamamos por ela. Por isso, qualquer relação é incompleta. Encerrar uma pesquisa de doutorado também significa ter se aventurado e sobrevivido às veredas desconhecidas. E ninguém faz isso sozinho.

## **Dedicatória**

Dedico este trabalho ao meu esposo Euler e ao meu filho Pedro.  
Com a generosidade que encontramos apenas naqueles que amam,  
ambos abriram mão de preciosos momentos de convívio e atenção,  
permitindo que eu levasse adiante meu projeto pessoal.  
No entanto, quando percebiam que esse ideal me consumia mais do que o sensato,  
eram eles que me chamavam de volta para as pequenas coisas,  
para o cotidiano miúdo, sem o qual nenhum grande sonho faz sentido.

## Resumo

A construção da sustentabilidade pressupõe o fortalecimento da cidadania e exige a participação dos vários setores sociais - o que desperta a atenção de pesquisadores e profissionais de Comunicação Social. Mobilizar exige produção, circulação e compartilhamento de informações e sentidos, o que só pode ocorrer através de processos comunicacionais. Tomando como objeto de estudo a elaboração da Agenda 21 local da cidade de Vitória (ES-Brasil), ocorrida 1996, esta pesquisa tem como objetivo analisar as estratégias de comunicação consoantes com a mobilização social pró-sustentabilidade e as demandas específicas que a questão coloca para os que atuam na área.

A partir de procedimentos metodológicos qualitativos, entre eles levantamento e análise da documentação oficial, dos produtos das discussões, de notícias publicadas nos dois diários locais sobre o assunto, e entrevistas com alguns dos atores do processo, rastreamos os caminhos e circuitos que garantiram o sucesso do projeto. Como base teórica, dialogamos com os autores que trabalham com uma concepção da comunicação mais processual que instrumental, com a esfera local na construção dos sentidos e na busca de mudanças (Agenda, 1992; Martín-Barbero, 1997; Tratado, 1992), do ambientalismo provocando mudanças nas percepções de tempo e espaço convencionais (Castells, 1998) e o poder da imagem e do imaginário para a mobilização (Mafesoli, 1995; Medina, 1998). Foi imprescindível, ainda, recorrer às reflexões de Bernardo Toro (1996, 1997), a partir das quais identificamos os principais elementos da mobilização social contemporânea e os usos da comunicação nos níveis micro, macro e de massa, com conteúdos e sentidos próprios, atingindo distintos reeditores e criando um imaginário comum, no *Vitória do Futuro* simbolizado pela figura do marlin que salta rumo à liberdade.

Mais que o uso diferenciado e criativo de mídias, as conclusões apontam para a necessidade de uma concepção mais abrangente da comunicação, com a revalorização de antigas práticas esquecidas, especialmente as de nível pessoal que, no entanto, devem somar-se às novas ferramentas da sociedade da informação. A esfera local onde se concretiza a sustentabilidade pode ser também o espaço público das relações democráticas, da capacitação para a participação nos debates diretos, dos novos sujeitos-cidadãos - essenciais para a formulação de políticas públicas sustentáveis.

**Palavras chaves:** Agenda 21, Comunicação Social, Mobilização Social, Processos Comunicacionais, Sustentabilidade.

## Abstract

The construction of the sustainability presupposes the consolidation of the citizenship and the engagement of the various sectors of society, what calls the attention of the researchers and professionals of the Social Communication area. If the mobilization demands production, circulation and share of the information, it only can occur through communicational processes. With the purpose of analyzing the strategies of social communication in a pro-sustainability social mobilization, and the specific demands for the ones that operate in this domain, this research took as object of study the elaboration of the Local Agenda 21 which took place in Vitória (ES-Brazil), in 1996.

Through the qualitative methodological procedures, among them compilation and analysis of the official documentation, of the products of the discussions, of the news published in two local dailies and interviews, we tracked down the ways and circuits that guaranteed the success of the project. For the theoretical base of this work, we contacted some authors who work with a conception of the procedural communication, operating in the local sphere in the formation of the directions and search for changes (Agenda, 1992; Martín-Barbero, 1997; Tratado, 1992), the environmentalism causing changes in the time's perceptions and conventional space (Castells, 1998) and the power of the image and of the imagery of the mobilization (Mafesoli, 1995; Medina, 1998). It was also essential to resort to Bernardo Toro's reflections (1996, 1997), from which we identify the main elements of the contemporary social mobilization and the uses of the communication in the personal, macro and in the mass level, with their own contents and senses, reaching distinct re-editors and creating a common imagery, symbolized in Vitória by the marlin's image that leaps towards freedom.

Much more than the differentiated and creative use of the media, the conclusions point to the need to a more inclusive conception of the communication, with the old forgotten practices, especially in the personal level that, nevertheless, should join to the new tools of the information society. The local sphere, where the environmental problems happen to be concrete, it also can be the public sphere of the democratic relations, of the training for the participation in the direct debates, where we forge the new citizens, that are essential for the formulation of sustainable public policies

**Key words:** Agenda 21, Social Communication, Social Mobilization, Communicational Processes, Sustainability

## Resumen

La construcción de la sustentabilidad presupone el fortalecimiento de la ciudadanía y exige la participación de varios sectores sociales, lo que despierta la atención de investigadores y profesionales de Comunicación Social. Si la movilización exige la producción, la circulación y el compartir de las informaciones y sentidos, esto solo se puede ocurrir a través los procesos comunicacionales. Tomando como su objeto de estudio la elaboración de la Agenda 21 local de Vitória (ES-Brasil), em 1996, el objetivo de esta investigación es analizar las estrategias de comunicación consonantes con la movilización social en pro de la sustentabilidad y las demandas específicas de los que actúan en el área. Desde procedimientos metodológicos cualitativos, entre ellos el levantamiento y el análisis de la documentación oficial, de los productos de las discusiones, de las noticias publicadas en dos diarios locales y entrevistas con algunos de los actores del proceso, rastreamos caminos y circuitos que garantizaran el éxito del proyecto.

Como base teórica, buscamos a los autores que trabajan con una concepción de comunicación processual, que tratan de la esfera local en la construcción de los sentidos y en la búsqueda de cambios (Agenda, 1992; Martín-Barbero, 1997; Tratado, 1992), del ambientalismo provocando cambios en las percepciones de tiempo y espacio convencionales (Castells, 1998) y del poder de la imagen y de lo imaginario para la movilización (Mafesoli, 1995; Medina, 1998). Fue imprescindible, además, recurrir a las reflexiones de Bernardo Toro (1996, 1997), a partir de las cuales identificamos los principales elementos de la movilización social contemporánea y los usos de la comunicación en los niveles micro, macro y de masa, con contenidos y sentidos propios, llegando a distintos reeditores y creando un imaginario común, en *Vitoria del Futuro* simbolizado por la figura del pece marlin que salta rumbo a la libertad.

Más que el uso diferenciado y creativo de los medios, las conclusiones apuntan a la necesidad de una concepción distinta de la comunicación, con la revalorización de antiguas prácticas olvidadas, especialmente las de nivel personal, pero que deben sumarse a las nuevas herramientas de la sociedad de la información. La esfera local, donde se concretiza la sustentabilidad, puede ser también el espacio público de las relaciones democráticas, de la capacitación para la participación en los debates directos donde se forjan los nuevos sujetos-ciudadanos, esenciales para la formulación de las políticas públicas sustentables.

### **Palabras claves:**

Agenda 21, Comunicación Social. Movilización Social, Processos comunicaciones, Sustentabilidad

# Sumário

<b>Introdução</b> .....	11
<b>Capítulo 1 - Desenvolvimento sustentável: utopia e pragmatismo da Agenda 21</b>	
1- O ambientalismo na sociedade contemporânea.....	27
2- A proposta de desenvolvimento sustentável.....	31
3- A Conferência do Rio e a Agenda 21.....	33
4- A Agenda 21 local e o novo protagonismo das cidades.....	35
5- As novas demandas das gestões municipais.....	37
6- O ambientalismo no Brasil.....	39
<b>Capítulo 2 - Espaço público, ciência e sustentabilidade</b>	
1- A esfera pública e o ambientalismo.....	44
2- Ampliando o número de atores.....	49
3- Capacitação para a participação.....	51
4- Um olhar sobre mobilizações semelhantes.....	57
<b>Capítulo 3 - A Agenda 21 local de Vitória - Contexto e antecedentes</b>	
1- Enfrentando os problemas da urbanização acelerada.....	66
2- As conquistas dos movimentos sociais.....	69
3- A era Paulo Hartung.....	71
4- Organização e estrutura do <i>Vitória do Futuro</i> .....	76
5- Principais eventos.....	82
6- Implementação e desdobramentos.....	88
<b>Capítulo 4 - Processos e estratégias de comunicação no <i>Vitória do Futuro</i></b>	
1- A Comunicação e a sustentabilidade.....	92
2- O desafio da mobilização.....	97
3- A comunicação no <i>Vitória do Futuro</i> .....	105
4- Outros elementos importantes.....	149
5- A participação e o "sonho que se sonha junto".....	163
<b>Conclusões</b> .....	168
<b>Referências</b> .....	179

## Anexos

- Anexo 1 - Discursos do ex-Prefeito Municipal de Vitória, Paulo Hartung
- Anexo 2 - Pesquisas confirmam popularidade do Prefeito Municipal de Vitória
- Anexo 3.1 - 3.2 - Fluxograma do projeto e cronograma das atividades
- Anexo 4.1 - 4.3 - Publicações diversas
- Anexo 5.1 - 5.2 - Publicidade do concurso de redação
- Anexo 6 - Convites para as reuniões publicados nos jornais impressos
- Anexo 7 - Páginas iniciais do suplemento especial da Revista *Vida Vitória*
- Anexo 8.1 - 8.2 - Boletins Diário de Vitória de 28/02/1996
- Anexo 9 - Encarte sobre o *Vitória do Futuro* embargado pela Justiça Eleitoral
- Anexo 10 - Páginas iniciais do suplemento publicado por *A Tribuna*
- Anexo 11.1 - 11.3 - Artigos publicados por *A Gazeta*
- Anexo 12.1 - 12.8 - Matérias publicadas por *A Gazeta* e *A Tribuna*
- Anexo 13 - Transparências utilizadas na primeira reunião plenária
- Anexo 14 - Versão preliminar do Diagnóstico, distribuída na primeira reunião plenária
- Anexo 15 - Páginas iniciais do Diagnóstico, na versão final do *Vitória do Futuro*.
- Anexo 16.1 - 16.3 - Questionários das pesquisas de opinião
- Anexos 17.1 - 17.2 - Análise dos resultados da pesquisa com a população
- Anexo 18 - Capas dos livros *Escritos de Vitória - Vitória do Futuro* e *Novo Arrabalde*
- Anexo 19.1-19.9 - Correspondências-convite para a participação
- Anexo 20 - Convite aos diretores da Universidade Federal do Espírito Santo
- Anexo 21.1 - 21.2 - Convites que eram dirigidos a todos os participantes
- Anexo 22 - Carta enviada aos conselheiros ausentes.
- Anexo 23.1 - 23.4 - Correspondências recebidas pela organização
- Anexo 24 - Reclamação da CDV aos Correios
- Anexo 25 - Íntegra do documento orientador entregue aos especialistas
- Anexo 26.1 - 26.3 - Correspondência direcionada aos especialistas
- Anexo 27 - Transcrição das entrevistas

## Lista de tabelas, ilustrações e gráficos

Tabela 1 - Origem dos membros do Conselho Municipal <i>Vitória do Futuro</i> .....	82
Tabela 2 - Diferenças entre Comunicação Grupal e Comunicação Social .....	102
Tabela 3 - <i>Vitória do Futuro</i> nos <i>releases</i> da PMV .....	111
Tabela 4 - Artigos que abordaram o <i>Vitória do Futuro</i> .....	114
Tabela 5 - Detalhamento da cobertura da imprensa escrita .....	117
Tabela 6 - Evolução da participação dos conselheiros, funcionários e convidados .....	163
Tabela 7 - Presença nas reuniões plenárias .....	164
Tabela 8 - Processos e estratégias de comunicação no <i>Vitória do Futuro</i> .....	169
Gráfico 1 - <i>O Vitória do Futuro</i> na imprensa escrita .....	116
Figura 1 - Mapa de Vitória .....	67
Figura 2 - Logomarca do <i>Vitória do Futuro</i> .....	108
Figura 3 - Charge publicada no livro <i>Escritos de Vitória</i> .....	144
Figura 4 - Capa do documento final .....	153
Figura 5 - Caranguejo representando cenário inercial .....	153
Figura 6 - Marlin representando cenário ideal .....	153
Figura 7 - Atores e fluxos do <i>Vitória do Futuro</i> .....	184

As ilustrações no início do trabalho e de cada capítulo (com exceção da capa do capítulo 3, publicada originariamente no livro *Escritos de Vitória*, p.33) foram gentilmente cedidas por Amarildo, do jornal *A Gazeta*

**Observação:** Para facilitar a disponibilização *on-line* deste trabalho, alteramos o formato original da tese e subtraímos as figuras que ilustravam as capas dos capítulos. Tampouco os Anexos constam nesta versão. Caso haja interesse neste material, favor contactar a autora ([desiree.vix@terra.com.br](mailto:desiree.vix@terra.com.br)).

## Introdução

*Pregunto lo que no sé, lo que aún no sé, lo que quizá nunca llegue a saber, incluso a veces ni siquiera sé del todo lo que pregunto. En una palabra, la primera de todas las preguntas que devo intentar responder es ésta: ¿cómo llegaré a saber lo que no sé? O quizá: ¿como puedo saber qué es lo que quiero saber?, ¿que busco preguntando?, ¿de donde puede venirme alguna respuesta más o menos válida?*  
(Fernando Savater)

A superação do atual modelo de desenvolvimento, socialmente injusto e ambientalmente perdulário, implica profundas mudanças em todos os setores e níveis sociais. Será preciso enfrentar os altos padrões de produção e consumo dos países ricos e melhorar os indicadores de qualidade de vida dos pobres. E, ainda, construir novas formas de governabilidade, estimulando a presença da sociedade civil nos vários fóruns de discussão e deliberação das políticas públicas. Contudo, além de estimular, é mister qualificar a participação, o que exige a otimização da produção e difusão das informações necessárias para a tomada de decisões. A urgência de “um mundo ecologicamente equilibrado e socialmente justo”,<sup>1</sup> como propôs, em 1992, a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), está diante da sociedade em geral e de cada um dos setores e categorias profissionais em particular.

A elaboração e a implantação da Agenda 21, o mais importante compromisso assumido durante a CNUMAD, pressupõe enfrentamento de todas essas questões. Considerando a importância da esfera local na origem e na solução da maioria dos problemas ecológicos, a Conferência incentivou os municípios de todos os portes a construírem suas Agendas específicas. No Brasil, uma das iniciativas pioneiras nesse sentido ocorreu em Vitória, capital do Espírito Santo: em 1996, a Prefeitura Municipal (PMV) convocou a população para definir um plano de desenvolvimento com vistas ao ano 2010. Através de várias atividades, entre elas consultas e debates públicos, os diversos setores da cidade aderiram à mobilização. Após sete meses de intenso trabalho coletivo, estava pronta a Agenda 21 local, denominada *Vitória do Futuro*.

---

<sup>1</sup> - A concepção de “ecologicamente equilibrado” provém da constatação de que toda a vida na Terra faz parte de um grande sistema interdependente: plantas, animais e microorganismos vivem em interação mútua com o meio ambiente físico nos ecossistemas. Da manutenção dessa diversidade ecológica – ou biodiversidade – depende a sobrevivência do próprio Planeta. O uso desses recursos de maneira sustentável evitaria a perda da biodiversidade e suas conseqüências estéticas, éticas, econômicas e ecológicas. Daí a relação com um novo modelo de desenvolvimento mais eqüitativo e menos depredador.

No mesmo ano, o projeto foi apontado pelo Ministério do Meio Ambiente, dos Recursos Hídricos e da Amazônia Legal, entre as 100 experiências brasileiras inovadoras em termos de sustentabilidade, replicabilidade, gestão em parceria e integração multissetorial. Baseado nessa mesma relação, em 1997 o Conselho Internacional para Iniciativas Ambientais Locais (ICLEI) propôs alguns indicadores que permitissem avaliar a implantação das agendas locais, especialmente as da região Sudeste. Foram eles: compromisso institucional, programa de capacitação, processo participativo, integração das questões ambientais, sociais e econômicas, integração intersetorial e programa de divulgação (Novaes, 1998). Na avaliação do ICLEI, Vitória obteve o segundo melhor desempenho entre 18 cidades consultadas, depois de Nova Lima (MG).

Nos últimos anos, mais que um programa de ação reconhecido pela comunidade internacional, o compromisso firmado pela Conferência do Rio transformou-se em uma linha norteadora: hoje, ao avaliar os esforços da sociedade em direção ao desenvolvimento sustentável, os organismos, governamentais ou não, consideram os projetos cujos resultados sejam a construção de consensos, propostas e ações fundamentais para a questão ambiental. Nesse sentido, é exemplar o caso de *Vitória do Futuro*: previsto inicialmente como um planejamento estratégico *stricto sensu*, só mais tarde foi assumido como Agenda 21 local, pela coincidência de objetivos e metodologia.

Em sua análise dos vários aspectos que devem ser considerados na implementação da Agenda 21 local, Trindade (1997: 269) propõe um roteiro dos 16 pontos, entre eles instalação da secretaria executiva e do comitê coordenador, seleção preliminar de tópicos, confirmação das parceiras institucionais e análises aprofundadas sobre os temas escolhidos. São medidas necessárias para vencer obstáculos como a falta de uma cultura de participação e o pouco conhecimento do governo e da sociedade civil acerca dos vários aspectos e acordos relacionados ao meio ambiente e desenvolvimento. Todos os pontos propostos por Trindade foram cumpridos durante o *Vitória do Futuro*. Por sua metodologia e resultados, o projeto tornou-se, segundo o ICLEI, "uma das mais significativas e interessantes experiências brasileiras de Agenda 21 Local" (Novaes, 1998).<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> - Além das menções feitas pelo ICLEI ou pelo Ministério do Meio Ambiente, encontramos referências ao *Vitória do Futuro* nos artigos "Brasil: como anda a nossa Agenda 21?" (Revista *SENAC e Educação Ambiental* ano 8 nº3 set./dez. 1998) e "Em busca da cidade sustentável" (*Jornal do Brasil* de 29/04/2000, assinado por Kristina Michahelles). As experiências de Vitória também são relatadas nos livros *Sábados azuis* e *75 histórias do Brasil que deu certo*, do jornalista Márcio Moreira Alves; e *Habitat - as práticas bem sucedidas em habitação, meio ambiente e gestão urbana das cidades brasileiras*, de Nabit Banduki.

A transformação do ambientalismo em uma reivindicação cada vez mais ampla, e não apenas um valor de restritos segmentos sociais, tem exigido estratégias inovadoras que despertam a atenção dos pesquisadores (Ferreira, 1996). Mais que isso, a investigação e a disseminação das "boas práticas" - termo cunhado na preparação da Conferência das Nações Unidas sobre os Assentamentos Humanos (Habitat II), realizada em 1996 - têm sido incentivadas na busca de alternativas para os problemas urbanos da atualidade. Nesta linha, ao realizar a consulta indicativa das experiências mais relevantes no País, o Ministério do Meio Ambiente (Brasil, 1997) alertou sobre a necessidade de compreender *onde* e *como* está nascendo o novo Brasil sustentável. Mais recente, o documento *Agenda 21 brasileira – bases para um discussão*, justamente no capítulo que trata dos ecossistemas urbanos, insiste: é preciso conhecer melhor e difundir as boas práticas para tornar concreta a utopia das cidades sustentáveis (Brasil, 2000).

A Comunicação Social também tem desenvolvido reflexões sobre o seu papel e atribuições e impactos, diante dessas complexas demandas contemporâneas. E alguns avanços podem ser registrados, entre eles o aperfeiçoamento das políticas e práticas comunicacionais das organizações ambientais. Além disso, é significativo o crescimento quantitativo e qualitativo da cobertura da mídia sobre os temas ligados à Ecologia. No entanto, experiências como o *Vitória do Futuro* levantam outras instigantes questões. Antes, porém, de tratar do nosso objeto específico, é preciso mencionar que o ambientalismo sempre defendeu a necessidade de uma melhor "comunicação". Considerando-se os múltiplos sentidos do termo e a abordagem multidisciplinar que ele possibilita, é compreensível que também aqui apareça refletida essa ambigüidade

Na vertente sociológica, por exemplo, há os trabalhos derivados das reflexões de Jürgen Habermas sobre a esfera pública, que propõem a substituição do modelo político-técnico, hoje prevalecente na sociedade, pelo político-comunicativo, o que possibilitaria a existência dos fóruns de argumentação democráticos necessários para elaboração de políticas públicas sustentáveis. Ver, por exemplo, Pádua (1992a) e Leis (1997). Nesta mesma linha, Ferreira (1996:08) defende que, do ponto de vista da mobilização política, as discussões em torno do meio ambiente têm revelado espaços pouco convencionais de conduta. Daí que, para analisar o conflito social no caso brasileiro, seja adequado buscar na "esfera da comunicação cotidiana de Habermas os conceitos socialmente fortalecidos, independentemente de serem os mais representativos da estrutura social ou aqueles imediatamente mais visíveis no espaço público da participação política."

Na busca de uma teoria do ambientalismo, Leis & D'Amato (1994:05) alertam: embora a existência do fenômeno se situe na esfera político-social, "a rigor, uma teoria explicativa deste movimento transcende o horizonte das ciências sociais e políticas, porque seus sentidos devem ser procurados tanto nos campos da filosofia e da religião, como nos das ciências humanas em geral". E aqui encontramos outra possível abordagem do tema: a ética-filosófica, às vezes acrescida de um viés religioso, que propõe um novo tipo de comunicação entre o homem e a natureza. Neste sentido, Brandão (1995:27) sugere a construção de "outros afetos, outros olhares, outras idéias, outras relações", de uma "ética de reciprocidades", com a ruptura da ação instrumental sujeito-objeto, consolidada a partir do racionalismo ocidental, e a proposição de uma nova interação dialógica, agora entre sujeito-sujeito. Nessa mesma vertente está o teólogo Leonardo Boff (1998:17) cuja obra mais recente desenvolve a premissa que a vida humana deve ser entendida "na lógica que preside os processos da Terra, da natureza e do universo interno. Não pode ser tomada como uma província à parte, desarticulada do todo".

Por fim, é importante mencionar uma terceira perspectiva de discussão em vigor, vinculada mais aos setores técnicos, como aqueles que tratam da elaboração dos diagnósticos ambientais. Hoje, devido à complexidade dos problemas, cada vez mais se faz necessária a comunicação entre as diversas áreas e saberes. Macedo (1991), Rodrigues (1996) e o documento A Estratégia Global da Biodiversidade (1992), por exemplo, tratam dessa questão e concordam que o conhecimento produzido a partir de disciplinas e profissionais isolados entre si está definitivamente em xeque. Assim, as comunidades científicas e tecnológicas são incentivadas a desenvolver formas de comunicação e de contribuição mais efetivas com a sociedade e com os gestores políticos (Agenda, 1992).

Se a democracia participativa com foco na ação local e na gestão compartilhada dos recursos é a via política para a construção da sustentabilidade (Brasil, 2000), os novos "afetos, olhares, idéias e relações", também devem estender-se à Comunicação Social. Por isso, além dos vários aspectos já mencionados, outro mais é colocado: trata-se da necessidade de estimular e garantir a mobilização dos principais segmentos sociais em direção à sustentabilidade. E, se mobilizar exige criação, circulação e compartilhamento de informações e sentidos, isso só pode ocorrer através de estratégias e processos comunicacionais (Toro, 1996:74).

Nossa análise, portanto, não se restringe à mídia, seus produtos e profissionais, ainda que, como veremos, eles desempenhem um papel fundamental. Atuando como gestores ou meros

participantes das práticas sociais consonantes com a sustentabilidade, os comunicadores são provocados a ultrapassar as fronteiras das redações e estúdios e atingir novos espaços. Por isso é preciso deslocar a atenção (e a atuação) para os encontros e debates que acontecem na praça ou nas organizações; para as festas e ritos do cotidiano; para as tradicionais redes de convivência e solidariedade; para os grandes e pequenos gestos onde se forja o projeto de desenvolvimento sustentável. Diante dessas considerações, a comunicação é compreendida neste trabalho como:

*(...) processo que relaciona comunidades, sociedades intermediárias, governos e cidadãos na participação e tomadas de decisões conjuntas ante os estímulos e fatores que, de maneira permanente, apresentam a esses seus ambientes sócio-econômicos (...) implica, além disso, uma forma de transversalidade social e interação dinâmica, em uma rede de relações de pessoas e grupos onde medeiam e intervêm outros elementos, espaços, fatores, mecanismos, conteúdos e instituições que concorrem em diversas formas nas manifestações de comunicação (Alfonzo, 1996:36).*

Ao sintetizar as principais características dos estudos sobre comunicação realizados na América Latina, Martín-Barbero (1995:149-150) lembra que “a comunicação é questão de cultura, de culturas, e não só de ideologias; de sujeitos e de atores, e não só de aparatos e estruturas; é questão de produção e não só de reprodução” (tradução nossa). Para compreender como questões aparentemente tão diversas - como meio ambiente, comunicação e mobilização - acabam por relacionar-se, dialogamos com os autores que tratam da importância da esfera local na construção dos sentidos e na busca de mudanças (Canclini, 1997; Martín-Barbero, 1997; do ambientalismo provocando mudanças nas percepções de tempo e espaço convencionais (Castells, 1998), da exigência do rompimento das comunidades de pertencimento para participar da construção da democracia (Monteiro, 1996), do poder da imagem e do imaginário para a mobilização (Mafesoli, 1995; Medina, 1998). Consultamos, ainda, alguns dos documentos fundamentais produzidos pelas organizações internacionais nos últimos anos sobre essa temática (Comissão, 1988; Agenda, 1992; Estratégia, 1992), além das reflexões e propostas das organizações governamentais e não governamentais do Brasil a respeito do assunto, especialmente a versão nacional da Agenda 21 (Brasil 2000).

Finalmente, foi imprescindível recorrer às reflexões de Bernardo Toro (1996, 1997) sobre mobilização social e democracia. Referência obrigatória entre os que trabalham com os temas, ele oferece valiosas pistas para a compreensão da temática ambiental. E, não por acaso, o Ministério do Meio Ambiente e o Movimento Nacional de Cidadania pelas Águas foram os responsá-

veis pela publicação de um livro deste autor no Brasil, em 1997. Além disso, foi justamente a partir dos elementos da mobilização propostos por Toro, e de suas categorias de comunicação nos níveis de massa, macro e micro, que desenvolvemos nossa análise do *Vitória do Futuro*.

Estabelecida importância da comunicação no ambientalismo em geral, e a relevância do *Vitória do Futuro* no cenário das experiências em prol das cidades sustentáveis, cumpre verificar que estratégias comunicacionais foram utilizadas durante a sua realização, e como elas contribuíram para os resultados do processo. Compreender como funcionou essa mobilização - que incluiu consultas à população, concurso de redação, publicações de livros, instalação do conselho popular, estudos técnicos e uso da mídia massiva - significa buscar respostas para algumas questões de grande interesse da Comunicação Social. O que nos permite propor os seguintes objetivos para nosso trabalho.

## **Objetivo geral**

Analisar os processos e estratégias de comunicação consonantes com a mobilização social pró-sustentabilidade e as demandas específicas que a questão coloca aos profissionais da área de Comunicação Social.

## **Objetivos específicos**

- a) Identificar e analisar os processos e estratégias de comunicação para a mobilização utilizados na elaboração da Agenda 21 local de Vitória, o *Vitória do Futuro*, durante o período de 01 de janeiro de 30 de setembro de 1996;
- b) Examinar o processo de produção e circulação das informações e sentidos nos vários níveis e setores envolvidos na mobilização;
- c) Avaliar o papel da mídia massiva na mobilização popular e na formação da opinião pública;
- d) Identificar e analisar a atuação dos profissionais de comunicação no processo em estudo e as demandas específicas que a mobilização pró-sustentabilidade impõe a esse segmento;
- e) Explicitar as formas de apropriação/reelaboração das mensagens ambientais produzidas e veiculadas durante o *Vitória do Futuro* pelos diversos setores que aderiram à mobilização.

## **Objeto de estudo**

Os desafios ambientais enfrentados pela sociedade exigem, além da mudança nas ações políticas e nos processos de tomada de decisão, o acúmulo de reflexões teóricas sobre elas. Por

isso propomos como nosso objeto de estudo as estratégias de comunicação utilizadas durante a elaboração da Agenda 21 local da cidade de Vitória (ES-Brasil).

## **Metodologia**

Ao traçar os grandes paradigmas da produção de conhecimento, Orozco Gómez (1995:27-34) propõe a existência de quatro deles: Positivista, Realista, Hermenêutico e Interacionista, cada qual com uma intencionalidade, trajetória e epistemologias distintas. Localizamos nossa pesquisa no paradigma *Interacionista* que, segundo o autor citado, busca a conexão dos elementos que podem estar influenciando para que algo resulte ou suceda de determinada maneira. A observação de quais elementos se relacionam com outros e como se relacionam, produz novos conhecimentos, já que tais conexões não estavam colocadas antes. Como não se trata de verificar objetivamente a realidade, mas sim compreender e interpretá-la, a metodologia qualitativa se mostrou mais adequada para a abordagem dos processos e estratégias de comunicação do *Vitória do Futuro*.

Segundo Orozco Gómez (1995:73), na perspectiva qualitativa os objetos de estudo são construídos pelo pesquisador, isto é, são frutos de sua observação e exploração. E ele chega ao objeto a partir de experiências anteriores, relacionando elementos até então não relacionados, ou que podem ser explorados de uma maneira mais atrativa gerando novos conhecimentos. Tais argumentos ajudam a descrever o nosso percurso profissional: inicialmente na cobertura jornalística dos temas ambientais e depois como professora universitária e pesquisadora, nosso interesse estendeu-se aos vários aspectos da atuação do repórter especializado na área e, principalmente, de sua formação. Porém, logo a ênfase única e exclusivamente na imprensa revelou-se insatisfatória. Assim, aos poucos as inquietações e investigações tornaram-se mais abrangentes e apontaram para outros fatores igualmente importantes na divulgação e conscientização da questão ecológica.

Outra razão que justifica a escolha do uso da metodologia qualitativa é que ela oferece possibilidades do sustento da atuação política da sociedade e do envolvimento de novos agentes de transformação, já que trata de microorganismos, grupos, sujeitos, objetos ou casos e não de amostras estatísticas (Orozco Gómez, 1995:99). Noutros termos, como conhecimento produzido a partir de níveis concretos, ele pode ser entendido pela sociedade, e não apenas por especialistas – o que permite um novo tipo de ação política dos atores e ajuda na tomada de decisões - fatores

que contribuíram com a nossa opção metodológica levando-se em conta a temática da pesquisa. Tendo em vista nossos objetivos e definida a perspectiva de abordagem, o estudo de caso pareceu-nos a técnica mais adequada:

*El estudio de un caso trata de ser un estudio en profundidad; es el esfuerzo por tratar de integrar en un objeto de investigación toda la información constitutiva de esse objeto; y no sólo parte de la información, para tomarlo como ejemplo que puede contrastar, ser comparado o ser analizado para dar un conocimiento en profundidad de un objeto de estudio (Orozco Gómez, 1995:109)*

Através do estudo de caso é possível a compreensão de fenômenos sociais complexos, já que ele nos permite uma visão global das principais características do evento, afirma Yin (1988). Para o autor, trata-se de uma técnica pertinente quando as principais questões da pesquisa são *como e porque*, quando o pesquisador não tem o controle sobre os eventos ou comportamentos e quando o estudo trata de fatos contemporâneos. Outros argumentos de Yin e Orozco Gómez que pesaram na definição do estudo de caso como ferramenta ideal para a abordagem do *Vitória do Futuro*: ele é adequado para explicar elos ocorridos na experiência concreta, difíceis de serem revelados por sondagens ou outras técnicas alternativas; para descrever o contexto no qual as intervenções ocorrem; e para explorar aquelas situações nas quais a intervenção avaliada não está clara. Enfim, "a case study is an empirical inquiry that: investigates a contemporary phenomenon within its real-life context; when the boundaries between phenomenon and the context are not clearly evident; and in which multiple sources of evidence are used" (Yin, 1988: 23).

De fato, a abordagem do *Vitória do Futuro* através de um estudo de caso possibilitou-nos estabelecer relações entre elementos aparentemente independentes, como as visitas ou cartas pessoais e a cobertura da imprensa, e também estender a compreensão de seus resultados para além das fronteiras do fenômeno em si. No levantamento das diversas estratégias de comunicação utilizadas, buscamos observar como e porque contribuíram para a mobilização, além de estabelecer a relação entre elas e interpretar os resultados obtidos - ainda que a autora se sentisse provocada e desafiada a aprofundar-se em cada uma das estratégias.<sup>3</sup> O resultado final, apontando para uma criativa "comunicação em rede", confirma que a decisão metodológica foi acertada

---

<sup>3</sup> - Nesse sentido, como Berlo (2000:27), convém lembrar que toda a "discussão de um processo é incompleta, que segue uma ordem forçada e talvez tenha uma perspectiva deformada (...) Não podemos alistar todos os ingredientes nem falar com propriedade sobre a maneira pela qual influenciam uns aos outros. Podemos proporcionar algumas sugestões, alguns indícios, tanto sobre os ingredientes como sobre a dinâmica do processo".

já que, conforme Orozco Gómez, foram reveladas conexões que não estavam feitas anteriormente, o que gerou novos conhecimentos.

Cabe acrescentar que, inicialmente, o projeto de pesquisa previa a realização de um estudo de caso múltiplo, abordando outras cidades que também haviam elaborado suas Agendas locais (considerando-se que era restrito o universo formado por aquelas que atendiam a todos os requisitos descritos anteriormente). Porém, os levantamentos exploratórios realizados em Vitória logo revelaram uma gama de dados e possibilidades de análise que nos obrigaram a rever tal opção. Outra vez, os autores citados ajudaram na definição de nossos procedimentos metodológicos: respondendo às críticas sobre a generalização de um caso único, Yin (1988:21) afirma que, como os experimentos, os estudos de caso são generalizáveis para proposições teóricas e não para populações ou universos. O "caso", explica o autor, não representa uma amostra e o objetivo do investigador é expandir e generalizar teorias e não enumerar frequências. O que nos remete a Orozco Gomes (1995:101), para quem o objetivo das análises e interpretações é criar teorias através da investigação empírica: o ideal é de que toda a pesquisa qualitativa saia uma nova teorização do objeto de estudo.

Na definição das ferramentas que nos permitiram reconstituir e compreender os fluxos de informações e sentidos que viabilizaram o *Vitória do Futuro*, foi importante ter em conta que “não há estabilidade metodológica, mas um constante esforço e paixão pela descoberta provisória e pluralista dos instrumentos de pesquisa” (Medina, 1998:28). Da mesma forma, Orozco Gomes (1995: 98) ressalta a importância da criatividade metodológica ao longo do *processo* de investigação: ela ajuda a exercitar a análise indutiva das informações através de interpretações subsequentes, até chegar a uma elaboração enriquecedora. Assim, de dados muito pobres se pode conhecer muito, dependendo da habilidade analítica do pesquisador. Para “rastrear os caminhos e circuitos que possibilitam uma produção do sentido comum” (Henriques & Braga, 2000) da mobilização que elaborou a Agenda 21 local de Vitória, baseamo-nos na análise de:

- a) documentos produzidos pela equipe de coordenação do projeto ao longo dos trabalhos (incluindo relatórios e documentos administrativos internos, correspondência enviada e recebida, discursos do Prefeito Municipal);
- b) documentos oficiais de divulgação, especialmente as campanhas de publicidade de lançamento do projeto e o do concurso de redação, e as notícias publicadas no *Diário de Vitória* - veículo oficial do Executivo - entre 01/01 a 20/09/1996;

- c) documentos de trabalho produzidos pelo coletivo durante as diversas atividades (incluindo pesquisas de opinião, estudos preliminares e versão final do documento e material de apoio utilizado nas reuniões públicas);
- d) materiais não oficiais (mas que foram integrados ao processo pela PMV), especialmente os livros *Novo Arrabalde* e *Escritos de Vitória – Vitória do Futuro*;
- e) notícias publicadas nos jornais *A Gazeta* e *A Tribuna* no período de 01/01 a 20/09/1996;
- f) depoimentos dos membros da coordenação, conselheiros e especialistas, obtidos através de entrevistas semi-estruturadas, que permitiram resgatar dados e detalhes não registrados pelos documentos oficiais ou pela imprensa;
- g) *Reunião do Conselho da Cidade para o Relatório do balanço 1997/2000* e *Qualidades – I Seminário de Gestão de Cidades com Qualidade*, ambos realizados em maio de 2000 e *Instalação do Conselho Municipal do Vitória do Futuro II*, em novembro de 2001 - eventos organizados pela Prefeitura Municipal de Vitória (PMV) nos quais a pesquisadora participou como ouvinte.

A respeito das ferramentas de análise utilizadas nos itens *a*, *b*, *c* e *d* (basicamente fontes primárias), convém esclarecer que o exame desse material ajudou a levantar informações relevantes para a compreensão do projeto, do seu perfil e dinâmica, bem como de seus participantes. Através da documentação oficial, identificaram-se as iniciativas que ajudaram na convocação, organização e capacitação dos vários setores sociais. Na análise das frequências dos participantes, e também da cobertura da imprensa, recorremos a dados quantitativos que enriqueceram nossas considerações sem, contudo, descaracterizar a perspectiva qualitativa que marcou este trabalho.

A pesquisa dos documentos históricos não escapou de um problema comum no setor administrativo brasileiro e, ainda, uma das dificuldades na divulgação das práticas sustentáveis: o pouco apreço pela documentação (Novaes, 1998). Contudo, é preciso ressaltar que, aparentemente, desde o início da mobilização todas as atividades do *Vitória do Futuro* foram minuciosamente registradas, tanto as internas como as públicas. Há relatórios de participação dos conselheiros, das correspondências enviadas, dos balanços financeiros e cópias dos contratos. Até mesmo as transparências apresentadas nas sessões plenárias foram arquivadas e, ao final do processo, todo o material foi encaminhado à Secretaria Municipal de Planejamento Estratégico. A partir daí o arquivo foi desmantelado, devido aos empréstimos dos próprios funcionários da PMV, na medida em que eles passaram a ser convocados a apresentar o projeto em vários fóruns. Por conse-

guinte, no final de 1999, quando iniciamos a coleta de dados para esta pesquisa, grande parte da documentação referente à mobilização encontrava-se dispersa.

Afortunadamente, no segundo semestre de 2000 o Ministério do Meio Ambiente enviou à capital capixaba uma equipe para produzir um documentário cujo objetivo era o de estimular e orientar os municípios brasileiros a implantarem a Agenda 21 local. A chegada dos profissionais gerou um esforço coletivo na PMV para a recuperação da memória da mobilização de 1996. Graças a isso, nosso trabalho viu-se beneficiado e valorizado. Só então tivemos oportunidade de manusear todo o material (ou, ao menos, o que conseguiu ser reunido) sem nenhuma restrição. Deparamo-nos, então, com novas informações que deram mais consistência à pesquisa - por exemplo, a relação dos conselheiros e a análise das frequências - acrescentando-lhe outras questões e reflexões. No segundo semestre de 2001, o lançamento do vídeo confirmou a relevância deste estudo: o roteiro é praticamente todo baseado na experiência do *Vitória do Futuro*.

Compreendendo a mídia massiva como uma das configurações possíveis dos espaços públicos contemporâneos (e, para alguns autores, a mais importante), o levantamento dos jornais impressos tratou de verificar como eles intervieram na mobilização em estudo e a sua relação com as outras estratégias de comunicação. O exame dos dois principais diários de Vitória, da campanha de publicidade de lançamento e dos *releases* produzidos pela PMV revelou os esforços e as estratégias realizados para a divulgação do projeto e, principalmente, a *leitura* da iniciativa realizada pelos próprios jornais. Uma leitura aparentemente similar àquela feita pelos demais veículos - como revelaram as entrevistas - e que, de certa forma, constituiu-se na da própria comunidade.

Para levantar informações dos diversos atores envolvidos, utilizamos a entrevista semidirigida. Segundo Orozco Gómez (1995:106), a partir de alguns temas e subtemas previamente colocados, ela permite que os entrevistados possam se conectar mais livremente com os diferentes tópicos. No total foram realizadas 32 entrevistas com antigos assessores (11), conselheiros (11) e especialistas (04).<sup>4</sup> Inicialmente, fizemos contato com alguns servidores da Secretaria Municipal de Administração Estratégica e da Secretaria Municipal de Meio Ambiente que nos ajudaram a levantar dados gerais do *Vitória do Futuro* e a identificar os seus principais atores. Iniciamos, então, uma outra fase de trabalho, com os profissionais que atuaram diretamente na

---

<sup>4</sup> - Alguns dos entrevistados foram ouvidos mais de uma vez. Não estão computadas nesse total as entrevistas preliminares ou aquelas não resultaram em informações relevantes para a pesquisa.

coordenação. Para esse grupo foi elaborado um roteiro de perguntas versando justamente sobre a organização e resultados do plano. A partir daí, eles ficaram livres para estabelecer relações entre o projeto em si, os fatos que o precederam e, além disso, rever as implicações da experiência em sua vida pessoal e na da cidade.

Uma segunda bateria de entrevistas foi realizada com os conselheiros. A definição dos nomes levou em conta as presenças nas reuniões, computadas nos relatórios oficiais, isto é, conselheiros com graus diferenciados de frequência: pessoas que estiveram nas cinco, em apenas uma ou nenhuma das sessões plenárias. De forma geral, os depoimentos foram marcados por um caráter emotivo, como veremos no capítulo 4. Neste sentido, outra vez recorreremos a Orozco Gómez (1995: 108), para quem o importante da entrevista é captar o discurso: "a linguagem, em toda a investigação qualitativa, é ferramenta de trabalho e é o objeto de estudo em si mesmo" (tradução nossa). Por esse motivo, aliás, logo após a realização dos testes iniciais, abandonamos a proposta de aplicar questionários fechados, que se revelaram inadequados para captar todas as informações e, especialmente, as sensações decorrentes da participação.<sup>5</sup> O roteiro da entrevista dos conselheiros buscou, sobretudo, a avaliação das estratégias de convocação e dos vários aspectos das reuniões plenárias ou temáticas relacionados à comunicação.

Finalmente, achamos pertinente entrevistar alguns dos especialistas contratados pela PMV em 1996, já que eles tiveram o importante papel de levantar as informações técnicas e discuti-las com a população - num claro exercício de popularização da ciência, como veremos. Alguns nomes dos entrevistados foram sugeridos pelos ex-coordenadores, tendo-se em conta o envolvimento dos consultores com o projeto ou o resultado de seus trabalhos. Outros foram escolhas aleatórias, feitas pela pesquisadora, e que acabaram acrescentando novos elementos à análise. Com os especialistas tratamos de verificar o esforço comunicativo que eles desenvolveram - seja com seus pares, ou com os conselheiros e convidados nas reuniões internas ou nos fóruns públicos - e suas percepções sobre a mobilização em geral.

Espontaneamente, vários especialistas e conselheiros evocaram elementos que, segundo eles, ajudavam a explicar o *Vitória do Futuro*. O que chamou nossa atenção foi coincidência dessas referências, às quais denominamos "contexto e antecedentes". Elas constam do capítulo 3 deste trabalho e, mais que contextualizar a experiência de Vitória ilustram que, na democracia participativa ou na sustentabilidade, "não existem milagres", como ressalta um dos conselheiros.

A maior parte das entrevistas foi realizada durante os encontros solicitados pela pesquisadora. Nos casos de impossibilidade, foram realizadas por telefone e por correio eletrônico (em apenas um caso). Com exceção das entrevistas na fase exploratória, todas as demais estão transcritas nos Anexos, ao fim deste trabalho.

Considerando os vários aspectos envolvidos em um plano de desenvolvimento sustentável, este estudo reflete tal amplitude, ainda que o enfoque sejam os processos e estratégias de comunicação. Daí a opção de não se aprofundar em tópicos que, embora relevantes, não guardavam interesse direto com nosso objeto, como era o caso da evolução do conceito de sustentabilidade ou dos movimentos ambientalistas. Entretanto, tornou-se impossível furtar-nos de examinar temas relativos aos conglomerados urbanos contemporâneos ou aos desafios das administrações municipais modernas, que guardam estreita relação com a Agenda 21 local. E, nesse sentido, foi fundamental a presença da pesquisadora no *Qualidades – I Seminário de Gestão de Cidades com Qualidade*. A promoção da Prefeitura Municipal de Vitória reuniu alguns dos maiores especialistas brasileiros sobre questões urbanas e ajudou-nos a compreender o estado da arte, as propostas e ensaios que estão emergindo nesta área.

Já a participação na *Reunião do Conselho da Cidade para o relatório do balanço 1997/2000* possibilitou a experiência de uma situação bastante próxima à ocorrida durante o *Vitória do Futuro*, seja no sentido da organização, do tema ou dos participantes. Além disso, nesse encontro foi realizada, ainda, a avaliação da implantação das estratégias e propostas aprovadas em 1996. Finalmente, em novembro de 2001, tivemos a oportunidade de assistir a instalação do *Vitória do Futuro II*: era o início ao processo de revisão do planejamento, convocado devido às grandes transformações sofridas, nos últimos anos, pela sociedade em geral e pela cidade em particular.

## **Premissas<sup>6</sup>**

Este trabalho trata da busca da construção de novas redes de significação, da produção de sentidos que, ao final, devem resultar não apenas em novas práticas e posturas pessoais mas,

---

<sup>5</sup> - Foram aplicados 10 questionários, como pré-teste, a conselheiros escolhidos aleatoriamente.

<sup>6</sup> - Segundo Orozco Gómez, os trabalhos na perspectiva qualitativa desenvolvem premissas e não hipóteses: a investigação é um processo que começa com certas premissas, algumas categorias analíticas, para ir se acercando, em passos sucessivos, do objeto investigado. Nem sempre elas estão definidas antes da investigação, algumas podem ser construídas na medida em que se avança objeto de estudo.

também, em políticas públicas urbanas. Diante das considerações iniciais e dos objetivos descritos, desenvolvemos as seguintes premissas:

- O poder convocatório e os resultados alcançados pela mobilização social ambiental estão relacionados ao uso de estratégias comunicacionais, cujos objetivos são os processos de produção e circulação de dados, de estabelecimento de relação entre as informações aparentemente abstratas e o universo imediato dos participantes; de equilíbrio entre os argumentos e os fatos, e de criação de um imaginário e propostas comuns com vistas ao desenvolvimento sustentável;
- O crescimento quantitativo e qualitativo da circulação das informações na mobilização ambiental – com a previsível motivação para a ação - vincula-se ao uso de mídias/recursos distintos, buscando alcançar os públicos direta ou indiretamente ligados à temática em seu próprio campo de ação, transformando-os em reeditores;
- A construção da sustentabilidade exige a ativa participação de todos os atores sociais, a ampliação ou aperfeiçoamento dos espaços de negociação ambiental e melhoria dos fluxos de comunicação para a deliberação de políticas ambientais e de novos fazeres e sentidos. Será preciso estabelecer processos comunicacionais consonantes com esses objetivos. Ampliam-se, pois, as possibilidades de atuação dos profissionais da área;
- Os graus de interesse dos participantes, as formas de apropriação/reelaboração das mensagens ambientais produzidas durante o processo mobilizatório, e a inserção dos novos conhecimentos no seu universo cotidiano estão relacionados a fatores prévios, como experiências em processos semelhantes, entre outros.

## **Desenvolvimento do trabalho**

A tese foi desenvolvida ao longo de quatro capítulos. No **capítulo 1** tratamos de resgatar as principais discussões e iniciativas das comunidades mundial e nacional a respeito do meio ambiente. Como veremos, a sustentabilidade é um conceito ainda em construção, que deve ser compreendido de forma ampliada pois alcança as dimensões culturais, políticas, éticas e econômicas da sociedade. O nível local, especialmente os conglomerados urbanos, oferece um campo promissor na busca das alternativas em direção ao desenvolvimento sustentável e a Agenda 21 é a principal referência e instrumento neste sentido.

No **capítulo 2** discorremos sobre algumas das condições necessárias para que esse novo modelo se estabeleça. Entre elas está o revigoramento da esfera pública em sua concepção mais tradicional, como espaço democrático de argumentação, sem que isso impeça novas formas de mediação, inclusive aquelas oferecidas pelas mídias. Contudo, além de estimular é preciso qualificar a participação. Daí a importância da Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia (C&T), visto que a informação especializada é uma das bases sobre as quais se assenta o ambientalismo. E, entre os novos atores sociais importantes para a sua realização, estão as comunidades científicas e tecnológicas, convocadas a estabelecer novas formas de cooperação e comunicação com a sociedade e, em especial, com os gestores e formuladores de políticas públicas. A breve apresentação e análise de outras duas mobilizações de êxito, mas com dimensões e objetivos distintos daqueles do *Vitória do Futuro*, aponta para o uso de estratégias de comunicação idênticas em todos os casos.

No **capítulo 3** tratamos de relatar os antecedentes e contexto sobre os quais se fundamenta a realização do *Vitória do Futuro*. O rico histórico marcado por mobilizações sociais urbanas, participação na gestão municipal, administrações bem sucedidas e uma população com a autoestima elevada tornou possível a convocação e realização do grande fórum coletivo que discutiu o planejamento da cidade para os 14 anos seguintes. Feitos esses esclarecimentos, é o momento de descrever o processo, sua rotina interna e os grandes eventos públicos para, finalmente, no **capítulo 4**, debruçarmos sobre o nosso objeto: as estratégias e processos de comunicação na mobilização social *Vitória do Futuro*.

A partir da comunicação nos níveis de massa, grupal e pessoal, vários atores integraram-se às atividades do *Vitória do Futuro*, criando e recriando as mensagens para seus próprios grupos, estabelecendo fluxos de informação e sentidos que geravam propostas comuns e um ideal compartilhado, representado pela imagem do salto do marlin. Se os jornalistas e publicitários tiveram uma atuação restrita basicamente à mídia massiva, a pesquisa indicou outras estratégias de comunicação aparentemente imprescindíveis na mobilização pró-sustentabilidade, como fóruns de debates co-presenciais, sondagens de opinião, atividades culturais e lúdicas. Por outro lado, parece ter sido decisiva a atuação do prefeito-comunicador que, além do uso adequado da mídia, promoveu e valorizou os encontros pessoais - o que foi bastante enfatizado pelos entrevistados.

Assim, as conclusões apontam para a necessidade de uma concepção mais abrangente da comunicação, para a retomada ou revalorização de antigas práticas esquecidas que, no entanto, somam-se às novas ferramentas da sociedade da informação. A esfera local, onde se concretiza a sustentabilidade, é também o espaço das relações diretas, da construção das identidades, da existência de grupos capazes de formular novas práticas cotidianas ou políticas públicas sustentáveis. O que implica processos de interação envolvendo seres-comunicadores que, profissionais ou não, participam decisivamente na consecução desses objetivos.

## Capítulo I

# Desenvolvimento sustentável: utopia e pragmatismo da Agenda 21

*A cidade no século XXI, para ser palco de uma vida urbana sustentável, precisa superar sua degradação física, invertendo a lógica hoje em vigor de lugar de consumo em um consumo (usufruto) do lugar, forjando alternativas concretas às exclusões e às injustiças ainda prevalentes*  
(Agenda 21 Brasileira - Bases para a discussão)

## 1 - O ambientalismo na sociedade contemporânea

Se a percepção do homem dissociado do meio ambiente evoluiu ao longo dos séculos, a distinção entre o meio natural e a cidade - uma instituição humana fundamentada no pensamento racional de uma nova ordem social e artificial - ocorre com o apogeu da Polis grega. Contudo, a partir da filosofia cartesiana, essa oposição torna-se mais complexa e ganha sua expressão no sujeito *versus* objeto, no homem *versus* natureza (Gonçalves, 1989). Só recentemente, quando tal separação encontra seu termo máximo e passa a ameaçar a sobrevivência da própria espécie humana, tem início um amplo processo de debate e revisão que envolve, progressivamente, os vários setores e governos de todo o mundo. "Era verde", "ecologização da sociedade" ou "ambientalismo" são algumas das denominações desse fenômeno. Porém, antes de discorrermos sobre o seu crescimento na sociedade contemporânea, convém alertar que das várias concepções possíveis sobre o meio ambiente, aquela que predominar em um debate marcará as decisões e as ações desenvolvidas.

Grosso modo, as representações mais comuns do termo vão da naturalizada (visão biologicizada que exclui a experiência social) à globalizante ou sistêmica. Essa última, estimula o reconhecimento das responsabilidades individuais e coletivas na conservação, como demonstram os estudos de Arruda (1993) e Silveira (1997). No Brasil, um levantamento com crianças entre 11 a 13 anos (Silveira, 1997) revelou que 44% delas tinham uma representação naturalista do meio ambiente, 24% uma concepção que se movimentava da naturalizada para a antropocêntrica (considera que os recursos naturais existem apenas para suprir as necessidades humanas) e 24% uma visão globalizante. Em 8% das crianças a representação ia da naturalista para a globalizante. Já o trabalho de Diegues (1994) concluiu que as políticas de delimitação e manejo dos parques nacionais e áreas de conservação no País são marcadas, sobretudo, pelas idéias preservacionistas baseadas em concepções de uma natureza intocada e não-domesticada.

A pesquisa feita por Crespo & Leitão (1993) confirmou que, majoritariamente, a população brasileira valoriza a natureza em abstrato, colocando-se a favor de sua preservação. A sondagem detectou, inclusive, uma grande tendência à "sacralização" do meio ambiente, isso é, a compreensão que ele deve ser mantido intacto. Neste trabalho, tratamos por "ambientalismo" os debates, reflexões e iniciativas (governamentais ou não) em busca de alternativas sustentáveis. Já os termos ecológico ou ecologismo se referem tanto às proposições teórico-científicas como aos militantes ou movimentos diretos ou indiretos da causa.<sup>7</sup> O meio ambiente, na perspectiva da mobilização social pró-sustentabilidade, deve ser compreendido como:

*lugar determinado ou percebido, onde os elementos naturais e sociais estão em relações dinâmicas e em interação. Essas relações implicam processo de criação cultural e tecnológica e processos históricos e sociais de transformação do meio ambiente natural e construído* (Reigota, 1992:06).

Foi somente a partir da década de 60 que os ecologistas e suas organizações se popularizaram, primeiro nos Estados Unidos e depois na Europa, antes de se espalharem pelo mundo. Várias razões explicam a sua emergência neste período. Segundo Gonçalves (1989), era uma época de grande efervescência sócio-cultural em todo o mundo, o movimento operário já estava consolidado nos países capitalistas e importantes conquistas haviam sido feitas e institucionalizadas. Para o autor, esse contexto tornou possível um desvio das críticas, não mais centradas exclusivamente no modo de produção mas, fundamentalmente, no modo de vida. Também nesta época cresceu o debate sobre o crescimento desenfreado da produção e do consumo que se impunha para atender a industrialização em larga escala do pós-guerra, e que era baseado na exploração da mão-de-obra e dos recursos naturais dos países periféricos.

Nos Estados Unidos, em 1962, o livro *Primavera Silenciosa*, de Rachel Carson, denunciou os prejuízos causados pelo uso de agrotóxicos como o DDT e provocou uma grande comoção, aumentando o interesse da opinião pública pelo assunto. Em 1972, foi a vez do relatório *Os limites do crescimento*, assinado pelo Clube de Roma, divulgar previsões catastróficas sobre o esgotamento do meio natural. Naquele mesmo ano aconteceu em Estocolmo a Conferência

---

<sup>7</sup>- De acordo com Wickersham et alii: "Ecologia: deriva-se do *oikos*, que significa lugar onde se vive ou *habitat*. Ecologia é a ciência que estuda a dinâmica dos ecossistemas... É a disciplina que estuda os processos, interações e a dinâmica de todos os seres vivos com os aspectos químicos e físicos do meio ambiente e com cada um dos demais, incluindo os aspectos econômicos, sociais, culturais e psicológicos peculiares ao homem... É um estudo interdisciplinar e interativo que deve, por sua própria natureza, sintetizar informação e conhecimento da maioria, senão de todos os demais campos do saber... Ecologia não é o meio ambiente. Ecologia não é o lugar onde se vive... Ecologia não é um descontentamento emocional com os aspectos industriais e tecnológicos da sociedade moderna" (Fundação, 1992:83).

Mundial sobre o Meio Humano, promovida pela Organização das Nações Unidas (ONU). Era o primeiro encontro mundial dos governos sobre o tema que se torna, a partir de então, pauta de negociações internacionais.

Se os avanços sociais nos países mais ricos, como redução da jornada de trabalho e melhores ofertas de educação e saúde, propiciaram as condições necessárias para o surgimento do ambientalismo, outros fatores colaboraram para que, a partir do final da década de 80, a discussão se estendesse ao restante do mundo. Entre eles está o fim do bipolarismo que caracterizava a política mundial desde o fim da II Guerra Mundial. Com a queda do Muro de Berlim, abriu-se um novo capítulo nas relações internacionais onde, segundo Vargas (2000: 09), foi possível discutir a “sombra ecológica projetada pelo progresso baseado nas premissas da Revolução Industrial”. Até então, os programas de desenvolvimento dos países capitalistas e dos centralmente planejados baseavam-se na utilização intensiva dos recursos naturais, aumentando drasticamente a pressão sobre os sistemas ecológicos. Além disso, progressivamente, os altos índices de industrialização nas nações mais ricas coincidiam com o aumento da miséria nas pobres. Assim, os países do chamado Primeiro Mundo viram-se pressionados pela comunidade internacional a rever suas políticas de crescimento, e a assumir um papel de liderança na promoção de um novo modelo de desenvolvimento.

Uma outra explicação para o crescimento do ambientalismo, embora não discordante das anteriores, é a hipótese pleiteada por Castells (1998:147). Em sua análise sobre os movimentos sociais contemporâneos, o autor defende que as propostas ecológicas, antes restritas à intelectualidade, só ganharam popularidade porque havia uma correspondência direta entre as suas teses e as dimensões fundamentais da nova estrutura social surgida a partir dos anos 70, a "sociedade rede". São elas: a ciência e a tecnologia como meios e objetivos básicos da economia e da sociedade; a transformação do espaço e do tempo; e a dominação da identidade cultural pelos fluxos globais e abstratos de riqueza, poder e informação.

Embora reconhecendo que existem desacordos entre as tendências, táticas, prioridades e linguagens dos movimentos ecológicos, Castells (1998:148) aponta elementos comuns em seus discursos, e que se relacionam justamente com as referidas características da sociedade rede. O primeiro deles é que o ecologismo baseia-se na ciência e na tecnologia, mantendo uma conexão “ambígua e profunda” com ambas – tema do qual trataremos de forma mais aprofundada nos capítulos 2 e 4. O autor também sustenta que as lutas desses movimentos por transformações

estruturais equivalem à luta pela redefinição histórica das duas expressões fundamentais da sociedade: o espaço e o tempo. E esse é o segundo ponto comum no discurso e prática dos vários grupos (e que guarda relação com a sociedade rede): a busca da imposição da lógica dos espaços de lugares sobre a dos espaços de fluxos.<sup>8</sup>

E aqui encontramos uma preocupação hoje vital no ambientalismo e de interesse chave em nosso trabalho: a importância da esfera local. Numa época marcada pela globalização, inchamentos das cidades e perda de identidades culturais, é no nível local, segundo Castells, que as pessoas resistem ao processo de individualização e atomização social e tendem a agrupar-se em organizações territoriais que, com o tempo, geram um sentimento de pertencimento e até uma identidade cultural. De acordo com Castells (1998: 83), para que isso aconteça é necessário um processo de mobilização social: as pessoas devem participar de movimentos urbanos “não muito revolucionários, mediante os quais descobrem e defendem os interesses comuns, se comparte em certa medida a vida e pode produzir-se novo sentido” (tradução nossa). Porém, mais do que contrapor-se à prevalência dos espaços dos fluxos, os movimentos ecológicos, ainda segundo Castells, desenvolvem uma temporalidade nova e revolucionária: a do tempo glacial. Essa visão implica considerar a relação entre os humanos e a natureza como evolutiva, compreendendo-a dentro de um período que retrocede desde a história humana imediata e se projeta a um futuro distante. Só a partir da perspectiva ecológica é possível fazer proposições para as gerações futuras, pensar uma solidariedade intergeracional.

Ao se incorporarem às pautas políticas, as preocupações ambientais provocaram a ampliação de suas temporalidades. Referências explícitas neste sentido podem ser encontradas nos discursos dos administradores públicos. Ao fim de seu mandato como chefe do Executivo municipal Paulo Hartung, por exemplo, referiu-se ao *Vitória do Futuro* como uma das obras mais importantes de sua administração. Embora o projeto não servisse para ligar espaços físicos, era “uma ponte importantíssima entre o presente e os dias que virão, guiando-nos rumo à cidade desejável” (Hartung, 1997: 95). Quatro anos depois, ao fazer o balanço de sua gestão, cujas metas eram baseadas nas propostas da Agenda 21 local, o novo prefeito de Vitória, Luiz Paulo Vellozo Lucas, assim justificou o cumprimento do compromisso: “um governo sério não se faz

---

<sup>8</sup> - Segundo o autor, na “sociedade rede” os processos relativos à concentração de poder, riqueza e informação se organizam, predominantemente, no “espaço dos fluxos”, ou seja, através das telecomunicações e dos sistemas de informações que garantem as práticas sociais à distância, a cultura virtual. O espaço dos fluxos contrapõe-se ao “espaço dos lugares” que privilegia a interação social, a proximidade física – condição essencial para a discussão e resolução dos problemas ambientais.

pensando nas próximas eleições, mas nas próximas gerações.”<sup>9</sup> O mesmo desafio foi reconhecido pelo ex-governador de São Paulo, Mário Covas, quando escreveu sobre a Operação Rodízio (São Paulo, 1997 b: 10-11): "A preocupação com as gerações futuras muitas vezes deixou de ser considerada no processo decisório dos governos. Governar tendo como perspectiva as futuras gerações requer coragem e vontade política..."

## 2 - A proposta de desenvolvimento sustentável

Em 1987, no âmbito de uma série de esforços da comunidade internacional para discutir alternativas de enfrentamento da crise ecológica, a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento apresentou a conclusão de um estudo denominado *Nosso Futuro Comum*. Realizado ao longo de quatro anos, por solicitação da Organização das Nações Unidas (ONU), o relatório apontava as limitações dos recursos naturais e alertava que os países deveriam unir-se, através de políticas sustentáveis, para evitar a degradação crescente. E, oficialmente, propôs à comunidade internacional a alternativa do desenvolvimento sustentável: “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer as possibilidades de as gerações futuras atenderem as suas próprias necessidades” (Comissão, 1988: 46). Segundo a Comissão, o modelo de desenvolvimento vigente é *insustentável*, pois baseia-se na exploração não racional dos recursos naturais, *excludente* e *estático*, já que seus benefícios alcançam apenas a minoria da população, sem perspectivas de atingir, progressivamente, outros setores da sociedade. A partir da tese chave que é possível desenvolver sem destruir o meio ambiente, o documento *Nosso Futuro Comum* colocou em pauta novas questões:

*Caso uma via de desenvolvimento se sustente em sentido físico, teoricamente ela pode ser tentada mesmo num contexto social e político mais rígido. Mas só se pode ter certeza da sustentabilidade física, se as políticas de desenvolvimento considerarem a possibilidade de mudança quanto ao acesso dos recursos e quanto à distribuição de custos e benefícios. Mesmo na noção mais estreita de sustentabilidade física está implícita uma preocupação com equidade social entre gerações, que deve, evidentemente, ser extensiva à equidade em cada geração* (Comissão, 1988: 46).

A discussão, portanto, incorporou novas questões. Hoje, o desenvolvimento sustentável significa o progresso simultâneo de pelo menos quatro dimensões: a econômica (variável de acordo com o grau de desenvolvimento do país), a humana, a ambiental e a tecnológica. Nessa

---

<sup>9</sup> - Trecho da palestra proferida pelo Prefeito Municipal de Vitória durante o Qualidades – I Seminário de Gestão de Cidades com Qualidade – realizado em Vitória (ES) nos dias 15 e 16 de maio de 2000.

perspectiva, a dimensão econômica aparece relativizada e reforçam-se os aspectos sociais e políticos do desenvolvimento. O que acabou provocando a revisão dos indicadores clássicos de mensuração, como o Produto Nacional Bruto (PNB), que não refletem os custos ecológicos das atividades produtivas ou a qualidade de vida da população, e a criação de outros, como o Indicador de Desenvolvimento Humano (IDH).<sup>10</sup>

## 2.1 - A construção de um novo paradigma

Embora se possa falar de consenso mundial sobre a gravidade da crise ecológica, é certo que ainda há problemas para implementar as ações concretas que viabilizariam a sustentabilidade. O campo teórico também enfrenta as dificuldades decorrentes da novidade e da complexidade da questão. Para Bruzeke (1996:108), por exemplo, a proposta de desenvolvimento sustentável tem uma conotação bastante positiva, já que combina eficiência econômica, justiça social e prudência ecológica, e apresenta uma alternativa às teorias e aos modelos tradicionais de desenvolvimento, desgastados numa série infinita de frustrações. No entanto, para outros autores, ela encerra uma contradição: enquanto a proposta de sustentabilidade é fruto de movimento histórico recente e que questiona a sociedade industrial, a idéia do progresso econômico é fundamental para essa mesma sociedade (Brasil, 2000).

Nessa linha encontra-se Daly (1991), para quem é impossível que a economia mundial cresça o suficiente para solucionar os problemas da população e do desgaste ambiental. De acordo com esse autor, ex-economista do Departamento do Meio Ambiente do Banco Mundial, desenvolver significa tornar-se diferente, evoluir, e não crescer. Quando aplicado à economia, o termo crescimento sustentável torna-se "um mau paradoxo: autocontraditório como prosa e inexpressivo como poesia" - e só faz sentido se for compreendido como "desenvolvimento sem crescimento". Porém, adverte Daly, é precisamente a não sustentabilidade do crescimento que imprime urgência na busca de um novo modelo.

*A Agenda 21 brasileira – Bases para a discussão* admite tratar-se de um conceito “ainda em construção” e são as experiências de práticas e políticas em sua direção que têm ajudado a enriquecer a própria dimensão teórica da discussão (Brasil, 2000:26). O capítulo *Cidades Sustentáveis* do documento, por exemplo, trabalha com duas noções-chaves decorrentes dos diálogos pós-Conferência do Rio: a sustentabilidade *ampliada*, que viabilizaria o encontro necessário

---

<sup>10</sup> - Desenvolvido pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), o IDH classifica os países dentro de um *ranking*, um indicador sintético que agrega três variáveis básicas: renda *per capita*, longevidade e alfabetização, combinada com a taxa de escolaridade. Por este índice, em 2000, o Brasil ficou no 74º lugar, como um país de desenvolvimento humano médio.

entre "a Agenda estritamente ambiental e a social" e a sustentabilidade *progressiva*, que compreende que não se trata um estado ou meta, mas um processo no qual se vai avançando. Assim, nas últimas décadas, a despeito dos desacordos teóricos ou práticos, de forma crescente, a sustentabilidade vem se firmando com um "novo paradigma" do desenvolvimento humano, transformando-se na meta comum de praticamente todas as dimensões da sociedade:

*Se depender das conferências de cúpula da ONU, bem como das demais agências internacionais que atuam na promoção do desenvolvimento, a noção de sustentabilidade vai se formar como o novo paradigma do desenvolvimento humano, independentemente do nível de riqueza e da latitude, todos os signatários dos documentos e das declarações resultantes de conferências mundiais realizadas nessa década assumiram o compromisso e o desafio de concretizar nas políticas públicas de seus países a noção de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável (Brasil, 2000: 25).<sup>11</sup>*

Na busca de estabelecimento de parâmetros para a ação ou julgamento, a Agenda 21 brasileira propõe que a sustentabilidade implica presença ou aplicação de determinados critérios para o reconhecimento de "que uma série de valores, atitudes, institucionalidades, instrumentos e ações são sustentáveis e outras não" (Brasil, 2000:29). O acúmulo de conhecimento e experiências produziu a adjetivação do termo. Isto é, "sustentabilidade" passou a determinar uma qualidade que se identifica e se exige dos distintos processos sociais, desde aqueles que se dão na esfera privada até os que se desenvolvem nas mais amplas, no terreno da elaboração, implantação e gestão de políticas públicas (Brasil, 2000:29).

### **3 - A Conferência do Rio e a Agenda 21**

Em 1989, através da resolução 44/228, a Assembléia Geral da ONU convocou a Conferência sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD) a ser realizada no Rio de Janeiro, em 1992. O encontro tinha entre seus objetivos discutir as propostas do relatório *Nosso Futuro Comum* e comemorar os 20 anos da Conferência de Estocolmo. Segundo Vargas (2000), quando o comitê preparatório começou a se reunir em Nairobi, em agosto de 1990, tinha diante de si o desafio de elaborar um conjunto de alternativas que representasse o afastamento da confrontação ideológica entre os dois blocos e rompesse os impasses que haviam marcado o diálogo Norte-Sul nos anos 60-70. Embora persistisse a resistência em discutir meio ambiente e desenvolvimento de forma integrada, principalmente entre as delegações dos países industrializados, houve um

---

<sup>11</sup> - As principais conferências da ONU na década de 1990 foram: Infância (1990), Meio Ambiente e Desenvolvimento Humano (1992), População e Desenvolvimento (1994), Pobreza e Desenvolvimento Social (1995), Assentamentos Humanos - Habitat II (1996) e Mulher (1997).

acordo unânime em favor da elaboração de um projeto para o século seguinte, um novo paradigma de desenvolvimento: a Agenda 21.

*À medida que avançava a negociação dos diferentes programas da Agenda 21, nas sessões subseqüentes do comitê preparatório crescia (...) a convicção de que o documento em preparação deveria ser uma pedra angular para as ações nos planos regional, nacional, local e interinstitucional. Esse texto fundamental, ainda que não tivesse a força de uma lei, como soe acontecer com as decisões das conferências da ONU – teria que ser dotado de suficiente força política para induzir a combinação de esforços e a coordenação de ações dos diferentes atores da comunidade internacional – estados, instituições internacionais, empresariado, organizações não governamentais, comunidades acadêmicas, sindicatos – para dar expressão concreta à noção de desenvolvimento sustentável (Vargas, 2000:13).*

Realizada no período de 03 a 14 de junho de 1992, a Conferência do Rio ou Eco 92, como ficou conhecida no Brasil, registrou a presença de 179 países e 112 chefes de Estados, dados recordes nos encontros promovidos pela ONU. Paralelamente ao evento oficial foi realizado o Fórum Global, reunindo setores independentes de 166 nações, como organizações não-governamentais, povos tradicionais, mulheres, etc. Estima-se que cerca de 30 mil pessoas participaram das várias atividades promovidas em ambos fóruns. A Conferência do Rio aprovou três acordos fundamentais para implantar o desenvolvimento sustentável: a *Declaração do Rio de Janeiro sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento*, ou *Carta da Terra* (27 princípios básicos que definem os direitos e as obrigações dos Estados em relação aos princípios básicos do meio ambiente e do desenvolvimento); a *Declaração de princípios para a administração sustentável das florestas* (primeiro consenso mundial sobre o manejo, conservação e desenvolvimento sustentável das florestas), e a *Agenda 21 Global*.<sup>12</sup>

O mais importante compromisso firmado durante o encontro, a Agenda 21 é um abrangente programa de ação com finalidade de dar efeito prático aos princípios aprovados na *Declaração do Rio*. Deve ser implementada pelos governos, agências de desenvolvimento, organizações das Nações Unidas e grupos setoriais independentes, em todas as áreas afetadas pelo meio ambiente, a partir de seu lançamento (14 de junho de 1992) prolongando-se pelo século 21. Aborda tudo que, direta ou indiretamente, é responsável pela saúde do planeta: os diversos tipos de poluição, a superpopulação, o combate à pobreza, a educação, o comércio, a indústria. São

---

<sup>12</sup> - Foram aprovados, ainda, dois acordos com força jurídica: **Convenção sobre a Diversidade Biológica**, visando à conservação da diversidade biológica, o uso sustentável de seus componentes e a divisão equitativa dos benefícios

mais de 2.500 recomendações divididas em 40 capítulos, 115 programas e quatro seções.<sup>13</sup> Fundamenta o documento a convicção de que a humanidade chegou ao momento definitivo em sua história em que é preciso decidir se persistem as políticas atuais – que parecem servir apenas para aumentar a miséria, a ignorância e a deterioração dos ecossistemas do Planeta – ou formulam-se outras novas que ajudem a construção de um futuro mais próspero para todos (Castro, 1996). Não se trata de um documento científico *stricto sensu*, mas uma concepção de planejamento estratégico e participativo, cuja abordagem sistêmica ressalta:

*(...) caso se integrem as preocupações relativas ao meio ambiente e desenvolvimento e a elas se dedique mais atenção, será possível satisfazer às necessidades básicas, elevar o nível da vida de todos, obter ecossistemas melhor protegidos e gerenciados e construir um futuro mais próspero e seguro. São metas que nação alguma pode atingir sozinha; juntos, porém, podemos - em uma associação mundial em prol do desenvolvimento sustentável (Agenda, 1992: cap.1).*

#### **4 - Agenda 21 local e o novo protagonismo das cidades**

Durante o processo de preparação da Conferência do Rio, cresceu o debate sobre o papel dos governos locais na viabilização de suas proposições e, em 1991, para reforçar a importância da questão, o Conselho Internacional para Iniciativas Ambientais Locais (ICLEI) propôs o conceito de Agenda 21 local (Novaes, 1998). A sugestão foi aceita e incluída no texto final da Agenda Global que dedicou todo o capítulo 28 ao assunto:

*Como muitos dos problemas e soluções tratados na Agenda 21 têm suas raízes nas atividades locais, a participação e cooperação das autoridades locais será um fator determinante na realização de seus objetivos. As autoridades locais constroem, operam e mantêm a infra-estrutura econômica, social e ambiental, supervisionam os processos de planejamento, estabelecem as políticas e regulamentações ambientais locais e contribuem para a implementação de políticas ambientais nacionais e subnacionais. Como nível de governo mais próximo do povo, desempenham um papel essencial na educação, mobilização e resposta ao público, em favor de um desenvolvimento sustentável (Agenda, 1992: cap. 28).*

---

da utilização de recursos genéticos e a **Convenção sobre Mudanças Climáticas**, com propostas de estabilizar os níveis de concentração dos gases nocivos.

<sup>13</sup> - **Desenvolvimentos social e econômico** - trata das relações entre meio ambiente e pobreza, saúde, comércio, dívida externa, consumo e população; **Conservação e gerenciamento dos recursos para o desenvolvimento** – estabelece maneiras de gerenciar os recursos naturais; **Fortalecimento do papel dos governos locais e dos grupos principais** – apresenta as formas de apoio a grupos sociais organizados e minoritários que adotam a sustentabilidade e **Meios de implementação** – trata dos financiamentos e da missão das entidades governamentais e não governamentais no desenvolvimento sustentável.

A proposta indicava o ano de 1996 como limite para que as autoridades locais desencadeassem um amplo processo de consultas às populações, organizações cívicas, comunitárias, empresariais e industriais e, através de consenso, obtivessem informações para elaborar as suas agendas e definir as melhores estratégias. As consultas, prognosticou o documento, aumentariam a consciência das famílias em relação ao meio ambiente e às políticas públicas. Assim, as leis e os regulamentos da comunidade passariam a ser avaliados e modificados com base nas agendas locais adotadas. Aparentemente ambicioso, esse processo de consulta realizou-se em Vitória, como veremos no capítulo 4.

Em 1997, o ICLEI e o Departamento de Coordenação de Políticas de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas realizaram uma pesquisa mundial para avaliar a implementação das Agendas locais. Como o termo estivesse sendo utilizado indiscriminadamente para denominar uma diversidade de planos, programas e projetos relacionados ao desenvolvimento sustentável, foi elaborada uma definição mais específica, para distingui-lo de outras formas de planejamento em geral ou ambiental (Novaes, 1998: 03). Desde então, ele refere-se a um

*(...) processo participativo, multissetorial, para alcançar os objetivos da Agenda 21 no nível local, através da preparação e implementação de um plano de ação estratégica, de longo prazo, dirigido às questões prioritárias para o desenvolvimento sustentável local (Novaes, 1998: 03).*

Também no ano de 1997, a ONU convocou uma reunião extraordinária para avaliar a implantação das propostas da Conferência do Rio, discutir os avanços, os atrasos e as dificuldades encontradas. Conhecido como Rio +5, o encontro realizou-se em Nova Iorque, com a presença de 53 chefes de Estados. Entre os progressos registrados estavam as menores taxas de fertilidade e de crescimento populacional em todo o mundo, aumento da participação pública e das ações do setor privado. Os relatos, porém, indicaram que persistiam os grandes problemas como altos índices de pobreza, de padrões de consumo e de produção.

A implementação da Agenda 21, especialmente nos países menos desenvolvidos, foi considerada atrasada: faltava vontade política dos governos para mudanças. Seguiam os desafios de prover os recursos financeiros ou transferir tecnologias ambientalmente corretas para as nações em desenvolvimento, além de questões pontuais como a emissão de gases ou mais amplas, como a redução da pobreza generalizada e as desigualdades. Outra constatação: embora houvesse um número razoável de iniciativas, a maioria dos governos federais não realizara esforços para a sua

implementação. De forma geral, foram as administrações públicas e/ou organizações civis locais que desencadearam o processo, principalmente nos países onde havia campanhas nacionais para a Agenda 21.

*Nesses países, 1.487 governos locais – representando 82% do total – estabeleceram esforços de planejamento da Agenda 21. No mundo todo, temos cerca de 1.800 cidades com processos de Agenda local em andamento, sendo que na Inglaterra 70% das cidades já o fazem. Mas não é só lá: em países pobres como a Bolívia ou as Filipinas este processo está bastante avançado (Kranz & Mourão,1997:18).*

## **5 - As novas demandas das gestões municipais**

A Agenda 21 local tornou-se uma referência e um importante instrumento para o enfrentamento do mais complexo problema ecológico contemporâneo: o acelerado processo de urbanização e metropolização que acontece em todo o mundo. A curto prazo, não existem soluções para deter ou reverter a deterioração da qualidade de vida que atinge as aglomerações urbanas, especialmente as de médio e grande porte.<sup>14</sup> Desafio às ações e reflexões dos técnicos, gestores e cidadãos, elas tornaram-se, também, vastos laboratórios de alternativas. A (re)valorização do local, apontada por estudiosos de várias áreas, é causa e consequência de uma série de práticas inovadoras. Por isso, hoje, a despeito de todas as dificuldades, fala-se no “renascimento” das cidades.

Abordando especificamente o problema da "pobreza mundial", que é agudizado pelo processo de urbanização, Dowbor (1993) alerta para os limites das soluções espontâneas, das ajudas internacionais (sobretudo por causa da má utilização dos recursos) e das decisões e ações centralizadas. O caminho, afirma, está na descentralização do governo, municipalização dos serviços e maior participação dos cidadãos. Por essas razões o autor defende que as cidades vivem uma fase de plena revalorização e transformação:

*Com o volume de problemas que se apresenta, o espaço local já não é mais, portanto, um nível de decisão que se limita à construção de praças, recolhimento de lixo e outras atividades de cosmética urbana. Trata-se de um eixo estratégico de transformação da forma como tomamos as decisões que concernem ao nosso desenvolvimento econômico e social (Dowbor, 1993:22).*

---

<sup>14</sup> - Os dados da Conferência Habitat II, que discutiu programas e soluções para melhorar a qualidade de vida das cidades, indicam que a tendência deve continuar nas próximas décadas. No Brasil, apesar do declínio das taxas de fecundidade, os problemas urbanos deverão agravar-se: crescimento desordenado, ausência ou carência de planejamento, demanda não atendida por recursos e serviços, obsolescência de estrutura física, padrões atrasados de gestão e agressões ao meio ambiente urbano (Brasil, 2000:36).

Nessa mesma linha, um dos especialistas que atuaram no *Vitória do Futuro*, Álvaro Abreu,<sup>15</sup> lembra que, normalmente, os governos municipais se preocupam apenas com água, lixo e buracos, e nunca com o eixo econômico. "O que é um entendimento muito frágil do problema, uma limitação, como se elas não tivessem nada com isso, a não ser arrecadar impostos. Obrigatoriamente, a dimensão econômica tem que ser equacionada no âmbito da cidade, pela Prefeitura". Já Tânia Fischer<sup>16</sup> acrescenta que, hoje, o sucesso das administrações locais não está garantido apenas pela satisfação das necessidades básicas da população: a partir daí é necessário enfrentar novas questões. E não se trata de demandas concretas, mas de outras que estão no nível do imaginário. Atendê-las exige que as prefeituras tenham capacidade de articular e mobilizar os moradores para o exercício de cidadania. A conclusão de Fischer: "é cada vez mais difícil fazer uma boa administração, pois as aspirações populares tornam-se difusas".

Complexas ou difusas, essas novas demandas têm mais chances de serem explicitadas e discutidas nos centros urbanos que já enfrentaram as suas questões mais "urgentes" e podem dedicar-se às "prioritárias". A idéia aparece na justificativa da convocação do *Vitória do Futuro* (ver, por exemplo, nos Anexos 1.1 e 1.2, os discursos do Prefeito Municipal). Mas há outras referências menos oficiais. Como não se recordar do personagem Mafalda fazendo-nos o mesmo alerta?<sup>17</sup> E o especialista Álvaro Abreu oferece-nos um bom exemplo da complexidade hoje enfrentada pelos gestores públicos: "Precisamos inventar maneiras da cidade poder gerar sorrisos em forma de emprego, de renda, de conforto, a partir do trabalho, dos investimentos..." A fórmula para isso estaria na orientação dada, certa vez, ao então Prefeito de Vitória, Paulo Hartung:

*Eu sugeri que toda vez que ele fosse julgar se algo era adequado, interessante para a cidade, ele deveria testar se aquilo tornaria o cidadão mais orgulhoso do viver aqui ou não... Isso porque há sete ou oito anos as pessoas tinham um pouco de vergonha de dizer que eram de Vitória. E hoje elas sentem um orgulho profundo. E esse sentimento ajuda a colocar em marcha o processo de proteção. É preciso tomar a auto-estima como um fator estratégico para a cidade.*

Trata-se, pois, de estabelecer e incentivar a relação direta entre o nível econômico e a qualidade de vida, que pode ser traduzido em índices positivos de renda, educação, saúde, segurança, de conservação do meio ambiente, além de preservação da cultura e tradições. Em outros

---

<sup>15</sup> - Entrevista concedida à autora em 24/05/2001.

<sup>16</sup> - Trecho da palestra "Modelos de Gestão", proferida durante o Qualicidades. Doutora em Administração, Tânia Fischer é coordenadora do Núcleo de estudos sobre o poder e organizações locais, da UFBA.

<sup>17</sup> - Referimo-nos a uma tira onde a personagem pergunta a dois operários que estão escavando a rua: "Procurando as raízes nacionais?" Um deles responde: "Não, um vazamento de gás". E ela: "O urgente não dá espaço ao importante". Ver: Quino. *Toda a Mafalda*. São Paulo: Martins Fontes, 1993. p. 147.

termos, o desenvolvimento sustentável. A tese é confirmada, por exemplo, na indicação de Vitória entre as 10 melhores cidades do Brasil para a realização de negócios, feita pela revista *Exame* no ano de 2000. O critério utilizado para a classificação baseou-se no que a publicação chamou de “indicadores de excelência”: demografia, divisão dos gastos, potencial de consumo, educação, escolaridade e saúde.<sup>18</sup> Segundo Fischer, as possíveis metáforas das gestões contemporâneas bem sucedidas são as cidades estratégicas, as cidades cultura-conhecimento e as cidades sustentáveis (principalmente sob a inspiração da Agenda 21). E várias organizações internacionais e nacionais estimulam e apoiam a realização de projetos para a implementação desses modelos que, apesar de lógicas internas distintas, têm objetivos semelhantes.

Também refletindo sobre o “novo protagonismo social das cidades”, o renomado urbanista brasileiro Jorge Wilhelm<sup>19</sup> adverte que hoje o Brasil vive uma situação nova: se antes o Estado não conhecia outras formas de trabalhar, a não ser a da lei e do controle, é crescente a importância dos debates, realizados no nível local, para a busca das inovações necessárias. Trata-se do “estado rede”, que ainda precisa ser teorizado, pois exige mudanças estruturais, comportamentais e também na legislação. Mas, segundo Wilhelm, embora ainda faltem elementos para pensar os cenários futuros, no campo de gestão das cidades algumas tendências já são certas, e todas foram identificadas em Vitória. São elas: participação de moradores na gestão pública; servidor valorizado e capacitado, com maiores responsabilidades (porque o público está mais presente); e abordagem conjunta das questões, com o fim da feudalização dos setores, que se demonstrou ineficaz.

## **6 - O ambientalismo no Brasil**

Embora desde o início da colonização do País haja registros de denúncias contra a exploração desenfreada dos recursos naturais (Pádua, 1992 b; Moraes, 1994; Waldman, 1998), só se pode, efetivamente, falar em ambientalismo no Brasil a partir da década de 70. Exatamente como havia ocorrido no nível internacional, ele emerge no contexto de um amplo processo de mudanças políticas, econômicas e sociais que vivia o País. Segundo Leis & Viola (1992, 1995, 1996), o movimento brasileiro desenvolveu-se em duas fases principais: a fundacional (1971-1986) e outra de transição (1986-....). A primeira, denominada de bissetorialismo preservacionista, caracterizou-se pela ação predominante de dois grupos, as associações ambientais e as agências esta-

---

<sup>18</sup> - Revista Exame n.º 9, 3/05/2000, ano 34, pp. 77-110.

<sup>19</sup> - Trecho da palestra “Administração Estratégica e Gestão Política”, proferida durante o Qualidades, pelo secretário geral adjunto da Conferência Habitat II, Jorge Wilhelm.

tais. Era uma relação complementar e contraditória, descrevem os autores: situadas principalmente nas regiões Sul e Sudeste, as entidades civis tinham, então, caráter denunciador (de poluição) e preservacionista (de áreas ou espécies) e a atuação local. Porém, ao longo da década de 70, elas aumentam sua abrangência com a organização das primeiras campanhas regionais ou nacionais.

Por outro lado, após liderar o bloco dos países que não reconheciam a relevância da questão ambiental durante a Conferência de Estocolmo, o governo brasileiro viu-se obrigado a criar agências especializadas para atenuar a imagem internacional negativa. De forma semelhante às associações, o Estado limitava sua ação ao controle de poluição e preservação de algumas amostras do ecossistema. Importava, naquele momento, atingir altas taxas de crescimento econômico, ainda que fosse necessário explorar a natureza intensivamente, e não de forma sustentável, como já propunha a comunidade internacional. A crença que nossas riquezas naturais eram inesgotáveis justificava a prática da ocupação e exploração de territórios sem planejamento ou preocupação com os impactos, e marcou a história da “construção” do País (Moraes, 1994). Importa sublinhar: a percepção de que os recursos são abundantes e ilimitados ainda persiste entre os brasileiros, como demonstraram as pesquisas de Crespo & Leitão (1993) e Crespo (1997).<sup>20</sup>

A partir da década de 80, os valores e propostas ecológicas disseminaram-se pelos diversos segmentos sociais e profissionais. Segundo Leis & Viola, a partir daí configura-se, no Brasil, o ecologismo multissetorial constituído por: a) movimentos e organizações ambientalistas *stricto sensu*; b) agências estatais de meio ambiente nos diversos níveis; c) organizações e associações civis que, embora tenham outros objetivos, incorporam a questão em sua atuação, formando o sócio-ambientalismo; d) grupos e instituições científicas; e) gerentes e empresários; f) políticos profissionais; g) religioso; h) cultural (educadores, comunicadores, artistas, etc). Nesses vários setores, Crespo & Leitão (1993: 99) identificaram a presença de *ecologistas stricto sensu* e de *ambientalizados*, em fase de acelerada "assimilação das idéias e práticas comuns aos primeiros". Daí a conclusão de que

*num processo de franca expansão de suas bases e de intensificação da consciência de seus membros, a comunidade ambiental é produto de dois movimentos*

---

<sup>20</sup> - A primeira pesquisa foi realizada com o apoio do Museu de Astronomia e Ciências afins (MAST), do Centro de Tecnologia Mineral (CETEM-CNPq), do Instituto de Estudos da Religião (Iser) e da então Secretaria do Meio Ambiente (hoje Ministério do Meio Ambiente, dos Recursos Hídricos e da Amazônia Legal) com o objetivo de situar a questão ambiental na cultura e na vivência do brasileiro. A segunda foi realizada nos mesmos moldes da anterior, também com uma etapa qualitativa e outra quantitativa.

*centrífugos. Um, que desloca integrantes do setor periférico para o núcleo mais orgânico; outro, que incorpora ao periférico segmentos da sociedade mais ampla* (Crespo & Leitão, 1993: 99).

Vários setores da sociedade brasileira prepararam-se longamente para realização da CNUMAD, o que ajudou a consolidar o caráter multissetorial do ambientalismo no País, fazendo crescer o interesse pelo tema e o grau de cobrança pública por ações efetivas, não apenas do Estado mas também do mercado. No entanto, registraram-se alguns “efeitos perversos”, como o desvio das questões de conteúdo para aspectos organizativos e uma certa “desorientação” após a Conferência, pela falta de uma agenda estruturada e concreta para as questões nacionais (Leis & Viola, 1995). Já nos veículos de comunicação de massa, após 1992 ocorreu uma certa “saturação” do assunto meio ambiente, o que causou um refluxo na cobertura. Porém, como apontamos anteriormente, é inegável que o processo de preparação do encontro, os documentos aprovados (entre eles a Agenda 21) e as pressões das comunidades internacional e nacional incentivaram novos debates e, principalmente, as experiências concretas.

## **6.1 - Iniciativas pioneiras de Agenda 21 local no País**

Em 1996, apenas oito cidades brasileiras haviam iniciado a implantação da Agenda 21 local: São Paulo, Curitiba, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Angra dos Reis, Porto Alegre, Vitória e Santos. Essa última, desde 1994 participava de um projeto do ICLEI para implementar o programa junto com outras 13 cidades do mundo (Associação: 1996). Em 1997, com vistas à realização da Rio +5, o Ministério do Meio Ambiente, dos Recursos Hídricos e da Amazônia Legal fez o levantamento das 100 experiências brasileiras mais inovadoras.<sup>21</sup> O objetivo era “avaliar avanços, dificuldades, garimpar as iniciativas e processos que revelam uma cultura pró-desenvolvimento sustentável”. O Ministério queria aprender com as iniciativas bem sucedidas e recolher subsídios para elaborar a Agenda 21 nacional, reconhecendo que aplicar à realidade local os princípios abstratos do programa exigia ousadia e persistência:

*buscar novas formas de governar, de reverter o modelo centralizador, predatório e excludente são tarefas particularmente penosas em países como o nosso (...) o ato de romper com velhas estruturas torna-se ainda mais exaustivo em virtude da dispersão, da diversidade, da inércia (...) por essa razão é importante divulgar nesta publicação onde e como vem nascendo este novo Brasil sustentável através de algumas iniciativas e lideranças pioneiras* (Brasil, 1997: Introdução).

---

<sup>21</sup> - O levantamento foi feito com a colaboração com a Universidade Livre do Meio Ambiente, de Curitiba (PR).

Dessa consulta aos governos locais, ONGs, associações comunitárias e instituições privadas, foram apresentadas 230 experiências de todos os tipos, entre elas 11 de Agenda 21 local. Se poucas cidades brasileiras haviam enfrentado o desafio de implementar o programa integralmente, as situações reconhecidas como emblemáticas ofereciam evidências de que era possível. São informações animadoras, principalmente quando confrontadas com os resultados da pesquisa sobre a gestão pública e cidadania no Brasil (Fundação, 1999) que indicam a crescente tendência dos governos municipais em dar continuidade aos projetos das gestões anteriores – condição essencial para o sucesso de qualquer programa ambiental.

Em 26/02/1997, um decreto presidencial criou a Comissão de Políticas Públicas de Desenvolvimento Sustentável e da Agenda 21 brasileira. A metodologia da elaboração da versão nacional da Agenda guarda grande similaridade com a empregada no *Vitória do Futuro*. Inicialmente, os subsídios propostos pelos especialistas ajudaram a promover um amplo debate que envolveu vários setores sociais. Foram selecionadas seis áreas temáticas<sup>22</sup> que refletiam a problemática sócio-ambiental e cada uma delas foi aprofundada em seminários e grupos de trabalho. A proposta de documento final foi construída “com a participação qualificada de atores relevantes do governo e da sociedade por meio de diferentes formas de consulta e debate” (Brasil, 2000: Introdução).

Também em nível nacional, o Plano Plurianual 1999-2004, onde estão as opções estratégicas do Brasil para o período, revela esforços de incorporar os princípios da Agenda 21 no processo de planejamento global. Em 1999, a estimativa era de que mais de cinquenta municípios brasileiros haviam iniciado o processo de elaboração da Agenda 21. As organizações empenhadas em recolher, sistematizar e refletir sobre as “boas práticas” confirmam a sua multiplicação e insistem na importância da divulgá-las: elas “reúnem um cabedal de conhecimentos, criatividade e soluções que, sem dúvida, irão desempenhar um importante papel na implementação da Agenda 21 brasileira” (Brasil, 2000: 50).

Assim, aos poucos, mas de forma irreversível, a noção de sustentabilidade é incorporada pelas políticas públicas e programas em todos os níveis – com uma maior ou menor transformação em práticas efetivas, de acordo com cada caso. Na esfera local, a Agenda 21 oferece uma oportunidade ímpar para a busca de um novo modelo de administração, se consideradas as caracte-

---

<sup>22</sup> Os temas são: Agenda sustentável, Cidades sustentáveis, Informação, Gestão dos recursos naturais, Redução das desigualdades, Ciência & Tecnologia para o desenvolvimento sustentável.

terísticas básicas inerentes ao programa - um planejamento multissetorial de médio ou longo prazo, de natureza participativa e transparente, com vistas ao desenvolvimento sustentável (Trindade, 1997). O que exige a crescente organização e preparação dos vários setores da sociedade civil e, além disso, a produção e circulação de informações pertinentes para a tomada de decisões, como veremos no próximo capítulo.

## **Capítulo 2**

# **Espaço público, ciência e sustentabilidade**

*Quando nos afastamos assustados da ciência,  
porque ela parece difícil demais (ou porque não fomos bem ensinados),  
abrimos mão da capacidade de cuidar de nosso futuro.  
Ficamos privados dos direitos civis. A nossa auto confiança se deteriora  
(Carl Sagan)*

## **1 - A esfera pública e o ambientalismo**

A democracia participativa, com foco na ação local e na gestão compartilhada dos recursos, é a via política para a construção da sustentabilidade (Brasil, 2000). Por isso, é impossível pensar na implantação da Agenda 21 local sem debruçar-se sobre questões como: fortalecimento dos canais de participação nas esferas administrativas, revigoramento do espaço público e formulação das políticas ambientais a partir da construção de consensos entre os vários setores sociais. O desenvolvimento sustentável depende, ainda, da circulação e apropriação das informações oferecidas pela ciência e tecnologia (C&T): somente com base nos diagnósticos, nos estudos de impactos ambientais ou similares, será possível tomar decisões que garantam a qualidade de vida do ecossistema urbano. Porém, além de produzir informações, as comunidades científicas e tecnológicas são convocadas a colaborar mais efetivamente, desenvolvendo novas formas de cooperação e participação com os demais atores da sociedade civil.

No desenvolvimento sustentável, "cada pessoa é usuário e provedor de informação, considerada em sentido amplo, o que inclui dados, informações e experiências e conhecimentos adequadamente apresentados" (Agenda, 1992: cap. 40). Só a partir dessas condições, além da sensibilização prévia, do compartilhamento de valores (ou de imaginário, como sugere Toro) e de informações é possível pensar nos espaços de negociação ambiental como instâncias onde se consolidam o modelo político-comunicativo, onde prevalece a razão, o melhor argumento – independente das relações de poder ou autoridade (Gomes, 1998). Como veremos, são questões intimamente ligadas ao campo dos processos e estratégias comunicacionais.<sup>23</sup> Antes, uma breve explanação sobre como se constitui a relação entre ambientalismo e espaço público:

*O que hoje se denomina 'política ambiental' passa pela redescoberta do sentido da razão pública e do espaço público. É a recriação da força desta instância, recuperando o lugar que a mesma tinha na tradição clássica, se bem que num contexto histórico diverso, que nos permitirá um enfrentamento da trajetória ecologicamente trágica de nossa civilização (Pádua 1992a:06).*

---

<sup>23</sup> - "A relação entre comunicação e política tem na abordagem das questões referentes à esfera pública uma de suas mais instigantes vertentes do estudos da modernidade" (Signates & Souza, 1999: 232). Ver, por exemplo, o número 3 da revista *Novos Olhares* (ECA/USP), dedicada ao tema.

A existência de espaços públicos independentes das instituições do governo, do sistema partidário e das estruturas do Estado é condição necessária da democracia contemporânea (Melucci apud Vieira, 1998: 65). Em outros termos, eles são intermediações entre o poder público e as redes da vida cotidiana, entre as instituições políticas e as demandas coletivas, as funções de governo e a representação de conflitos. Para que cumpram esse papel, são fundamentais os mecanismos de representação e os de participação. Influenciado pelos movimentos sociais e políticos democratizantes do Leste europeu, a partir da década de 70, o conceito de sociedade civil muda consideravelmente na Ásia e na América Latina: "Não se trata mais de um sinônimo de sociedade, mas de uma maneira de pensá-la, de uma perspectiva ligada à noção de igualdade de direitos, autonomia, participação, enfim, dos direitos civis, políticos e sociais da cidadania (Vieira, 1998: 63). Como uma terceira dimensão da vida pública, ela passa a ser compreendida em oposição ao Estado e também ao mercado.

É, sobretudo, na concepção de espaço público da sociedade burguesa de Jürgen Habermas, e na sua proposição de Ação Comunicativa, que os autores das ciências sociais têm se inspirado na busca de caminhos que viabilizem soluções para os problemas ambientais contemporâneos.<sup>24</sup> Alternativa à racionalidade técnico-instrumental predominante nas esferas da economia e da política, a razão comunicativa expressaria a busca do consenso através da mediação simbólica. Neste modelo, a vigência das regras depende da validade das proposições, do entendimento acerca de intenções, e é assegurada pelo reconhecimento universal dos participantes. O importante aqui não é o conteúdo, aquilo acerca do qual se produziu um acordo, mas as condições de sua obtenção.<sup>25</sup> Os sujeitos envolvidos são orientados ao entendimento ou ao consenso previamente alcançado.

Se, na concepção habermasiana, a esfera pública é espaço democrático de argumentações diretas, segundo o próprio autor, após o advento da imprensa comercial a mediação dos atores sociais passou a ser feita pelos meios de comunicação, cujos interesses situam-se na esfera particular. Hoje, o conceito tende a ser ampliado e menos normativo: o espaço público contemporâneo é plural, fragmentado (daí falar-se em espaços públicos) e guarda grande interação com a esfera particular. Além disso, não é mais apenas fórum de questões políticas, mas também das

---

<sup>24</sup> - Entre os brasileiros citamos Leis (1997), Ferreira (1996) e o próprio Pádua (1992a).

<sup>25</sup> - Alguns autores identificam a própria natureza como um desses sujeitos, o que garante novas dimensões ao debate.

sociais<sup>26</sup>. Tampouco trata-se de um lugar abstrato, de consenso democrático ideal, mas está marcado pelos conflitos que exprimem as relações de desigualdade e de dominação.

*O espaço público não se define mais só pela argumentação, pela força social do debate, mas também pela presença dos condicionantes do mundo simbólico, a mediação da cultura, como também pela pluralidade de instituições que compõem os diferentes campos da vida social, inclusive o das comunicações* (Souza, 1999:21).

Tendo em conta o atual desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação, defrontamo-nos com uma variedade de instrumentos que, certamente, tornam mais complexos e instigantes os espaços públicos contemporâneos. Miège (1999), por exemplo, propõe quatro modelos ou etapas de comunicação possíveis para a esfera pública que, no entanto, não ocorrem necessariamente de forma sucessiva, e nem se excluem mutuamente. Na busca das distintas mediações que intervêm na configuração dos novos espaços públicos, ou dos fluxos de informações e sentidos que possibilitam a sociedade mobilizar-se em torno de uma questão, é possível pensar em diferentes estratégias comunicacionais como as instâncias democráticas de argumentações diretas, as pesquisas de opinião ou a informática - para citar alguns exemplos. Nesse sentido, veremos como a elaboração da Agenda 21 local de Vitória incluiu desde os debates públicos nos moldes da "tradição clássica", usando aqui a expressão de Pádua, até a publicidade através dos meios eletrônicos.

## **1.1 - Espaços de negociação ambiental**

Para Leis & Viola (1996), o principal desafio do desenvolvimento sustentável é transformar-se numa alternativa realista ao modelo dominante. E um dos caminhos para que isto aconteça, segundo os autores, é garantir uma forte base científica às suas políticas, a fim de que também elas sejam realistas, questão da qual trataremos ainda neste capítulo. Porém, só informações não bastam. A resolução do dilema ambiental demanda um longo processo de adequação entre os fins e os meios. Da capacidade de convergência e negociação entre os vários setores dependerá a viabilidade dos projetos de sustentabilidade a serem aplicados no Brasil (Leis & Viola, 1996: 112).

---

<sup>26</sup> - Souza (1999) observa que a questão do espaço público é fundamental para as reflexões sobre identidade cultural, consumo e a cidadania em autores como Martín-Barbero e Canclini; sobre pertencimento; em Bernard Floris; ou sobre recepção, como o próprio Souza desenvolve.

Para compreender a relação atual entre espaço público e formulação de políticas públicas de meio ambiente, Pádua (1992a) recorre a Garret Hardin - para quem a destruição do meio ambiente encontra raros agentes privados motivados a combatê-la. As exceções seriam os poucos que desenvolveram uma consciência política, os que são afetados pelos problemas ambientais e os agentes públicos incumbidos de resolver esses problemas. Daí a necessidade de um poder que impeça os agentes privados de destruir o bem público. De acordo com Pádua, como a proposta de um poder autoritário, por razões óbvias, hoje encontra poucos defensores, a solução é a formulação de uma política ambiental. Devido à complexização da sociedade, hoje, nenhuma instância representa, isoladamente, o poder público. Por isso, uma política ideal de meio ambiente deveria ser resultado da

*constituição de uma vontade política geral, concretizada em mecanismos de poder público, para iniciar uma grande ação coletiva voltada para o fortalecimento da qualidade ambiental a curto prazo e garantir a sobrevivência ecológica a longo prazo (Pádua, 1992a: 08).*

Pode-se pensar, ainda, em diferentes níveis de profundidade para uma política ambiental já que alguns problemas são estruturais – como o tamanho gigantesco das cidades modernas, para usar aqui o exemplo de Pádua – enquanto outros são comportamentais, e podem ser enfrentados em um nível mais superficial. De todas as formas, "uma política de meio ambiente ideal seria uma política do conjunto da sociedade, em defesa da sobrevivência e qualidade de vida" (Pádua, 1992a: 06). Contudo, o autor alerta-nos para uma dificuldade suplementar na sua elaboração e implantação: embora a questão sugira a possibilidade de um amplo consenso, o impacto ambiental negativo não é igualitariamente distribuído, o que implica predisposições distintas das pessoas para a ação. Além disso, a sensibilização e o comprometimento dos diversos atores sociais para a participação nas instâncias democráticas exige que eles sintam-se parte de uma sociedade mais abrangente do que aquela definida pelo seu pertencimento imediato, como a família e o trabalho (Monteiro, 1996). E neste ponto ganha relevância as estratégias de sensibilização e convocação dos vários atores sociais - mesmo que eles sejam afetados de formas distintas pelo problema. Antes, porém, trataremos dos espaços de negociação ambiental.

Leis (1997) adverte que há um certo descuido do tema *negociação ambiental* - núcleo central do debate e da prática que poderia permitir a recuperação do tempo perdido e a garantir a governabilidade ambiental. No Brasil, a participação dos cidadãos e das organizações da sociedade civil em defesa do meio ambiente se dá, basicamente, através dos canais legalmente estabe-

lecidos.<sup>27</sup> No entanto, por suas características técnico-formais, nenhum deles pode ser considerado um verdadeiro espaço de negociação já que essa pressupõe a existência de mecanismos que "permitam ações prévias (ex-ante) à definição final de uma política ou um projeto, e não apenas ex-post (...) a existência de diferentes atores, mas com capacidades e recursos relativamente equivalentes para influir no processo de decisão" (p.237).

Segundo o autor, ainda que muitos defendam o fortalecimento dos canais já existentes, os desafios da governabilidade ambiental não são tanto da ordem técnico-formal, mas do tipo comunicativo já que não existe negociação "sem espaços aptos para uma participação baseada numa ação comunicativa eficiente, em que os melhores argumentos tenham uma chance real de prevalecer frente às visões instrumentistas dos atores políticos e econômicos tradicionais" (Leis, 1997:240). Em sua proposta "realista-utópica" de transformar o modelo político-técnico que hoje prevalece em um modelo político-comunicativo, Leis sugere a criação de espaços de negociação ambiental onde seja possível a construção de consensos a partir do exercício da competência comunicativa. Para isso, seriam necessários "cara a cara" prolongados, para o estabelecimento de relações de confiança, conhecimento e interesse; a definição apropriada das regras, agendas e garantias de legitimidade da representação, entre outros.

Tais reflexões vão ao encontro da valorização do nível local, que ocorreu principalmente a partir da CNUMAD, como espaço privilegiado de aprendizagem e exercício de novas formas de cidadania (Agenda, 1992: cap.36): o ideal, diz Leis (1997), é que os problemas abordados nos espaços de negociação ambiental estejam perfeitamente definidos em escala *meso* e de forma *ad hoc*. A título de exemplo, ele sugere alguns temas negociáveis como a Hidrovia Paraná-Paraguai, o projeto de transposição do Rio São Francisco ou a fixação e controle de normas ambientais para a qualidade de vida na cidade (p. 243).

Garantir a hegemonia de uma verdadeira política ambiental, segundo Pádua (1992a:08) depende "de uma crescente adesão à perspectiva ecológica por parte da opinião pública e das forças produtivas (ao mesmo de algumas)". Para isso seria necessário resolver algumas dificuldades, por exemplo: como obter o apoio dos vários setores da sociedade a uma política desse tipo; como enfrentar, munido da legitimidade, os interesses particulares contrários; ou com que

---

<sup>27</sup> - São eles: Avaliação de Impacto Ambiental (que inclui procedimentos desde o estudo até as audiências públicas), Ação Civil Pública e a participação nos órgãos colegiados, como os conselhos estaduais, municipais, além do nacional.

recursos e mecanismos implementar uma política baseada nesses objetivos? São questões pertinentes e que guardam estreita relação com alguns dos desafios que enfrenta a Comunicação Social nos processos de mobilização social em favor da sustentabilidade: como convocar a sociedade, pautar os temas de debate, estimular e facilitar a participação e a negociação entre os diversos grupos?

## **2 - Ampliando o número de atores**

Certamente as experiências de ‘participação’ e as reflexões sobre esse tema têm uma existência independente e anterior ao ambientalismo. Hoje, porém, ambos os termos são indissociáveis: participação democrática da população na gestão pública é um dos pré-requisitos para a construção da sustentabilidade (Agenda, 1992). Essa vinculação aparece, também, na versão nacional do documento, especialmente no capítulo *Cidades Sustentáveis*, cuja formulação de estratégias para o setor partiu de premissas como a de que os novos marcos da gestão urbana exigem o fortalecimento da sociedade civil e dos canais de participação:

*Sem democracia não há sustentabilidade, razão pela qual se procurou recomendar o fortalecimento de todos os meios democráticos, principalmente aqueles afeitos à gestão urbana, entendendo que essas recomendações têm duplo efeito: o de desenvolver a cidadania ativa e o de aperfeiçoar instituições e/ou criá-las com um desenho que corresponda ao adensamento da vida democrática no país. O modelo de democracia configurado nas recomendações da Agenda é o participativo (Brasil, 2000:33).*

Se, por uma série de razões históricas, a tradição de participação na vida pública ainda é pequena no País, nas últimas décadas essa situação tem se alterado. “A sociedade brasileira já desencadeou o processo, embora este ainda seja tímido e fragmentário”, afirma Peruzzo (1998:75), referindo-se aos movimentos sociais populares nascidos independente do poder do Estado. Uma das razões apontadas para essa mudança encontramos em Gandin (1995), que estabelece uma relação entre a multiplicação das instâncias participativas e a crise da sociedade contemporânea. Segundo esse autor, na reorganização de valores que acontece atualmente, a participação possa estar mais evidente e mais forte para resolver problemas da humanidade do que a ordem do poder tradicional.

Grosso modo pode-se conceber duas formas de participação popular. Por um lado está a "conquistada", para alguns autores a mais legítima, e que ocorre nas instituições como sindicatos de trabalhadores, associações de bairro ou Movimento dos Sem Terra, criadas a partir das con-

tradições sociais, especialmente das carências (Peruzzo, 1988). Já a "consentida" ocorre quando as instituições privadas e públicas estabelecem canais que garantem, em graus diversos, a presença do(s) público(s) na elaboração e execução de suas políticas. A partir do estudo de várias abordagens, Peruzzo (1988:78-87) propõe três diferentes modalidades ou níveis de participação, com a ressalva de que eles não ocorrem, necessariamente, em ordem cronológica e nem se excluem mutuamente. São eles:

- a) **Participação passiva** - ocorre quando a pessoa (ou grupo) apenas consente, se submete, delega o poder à outra. Ao não se posicionar ou se interessar, seja pelo movimento comunitário do bairro seja pela gestão da cidade, o poder autoritário vê-se fortalecido;
- b) **Participação controlada** - acontece, por exemplo nos orçamentos ou planejamentos participativos, geralmente viabilizados a partir de pressão das bases. Sem desmerecer a importância desse tipo de participação, Peruzzo lembra que, neste caso, o poder ainda segue com o órgão público ou privado. Daí decorrem suas duas características: a limitação da participação e a possibilidade de manipulação. Como que seguem intactas as estruturas do poder, via de regra as demandas da comunidade devem adequar-se aos seus interesses;
- c) **Participação-poder** - “constituída com base em processos que favorecem a participação democrática, ativa e autônoma” (p.81). Aqui o exercício do poder é partilhado, embora nem sempre atinja todas as instâncias da estrutura política. A sua forma mais comum é a co-gestão (quando ocorre o acesso ao poder e sua partilha, mas com limitações). Uma fase mais avançada seria a autogestão (participação direta na tomada de decisões nas associações, nos órgãos de poder público ou nas empresas).

A partir dessa categorização, é possível compreender o processo do *Vitória do Futuro* como um exemplo do segundo nível, embora a execução de algumas das propostas deliberadas durante os debates esteja sob a responsabilidade de instâncias que se movimentam em direção à participação-poder. É o caso de alguns dos conselhos municipais de Vitória e, especialmente, dos conselhos das escolas – formados por representantes das organizações locais – que são deliberativos. Como veremos no capítulo 4, alguns dos entrevistados perceberam os diferentes níveis de participação ocorridos durante a elaboração do plano de desenvolvimento de Vitória. No entanto, conselheiros e organizadores ressaltaram a importância tanto daqueles que faziam intervenções e apresentavam propostas quanto dos que apenas assistiam aos debates e reuniões.

Contudo, há necessidade de incrementar “novas formas de participação”, de convocar atores não tradicionais para que, baseados no acesso à informação, possam tomar parte na busca de alternativas ambientalmente saudáveis para suas comunidades (Agenda, 1992; Leis, 1997; Tratado, 1992). Ao relacionar os vários parceiros importantes para a consecução de seus objetivos (mulheres, juventude, comunidades indígenas, ONGs, autoridades locais, trabalhadores, comércio e indústria, comunidades científica e tecnológica e agricultores), a Agenda 21 ressalta a importância de se reverter a situação de desvantagem e opressão que muitos deles enfrentam em seus países. E alerta: todos os grupos, a partir de suas “perspectivas peculiares”, devem envolver-se ativamente na implementação e avaliação dos processos de tomadas de decisões relativas ao programa. Na mesma linha, a Agenda Brasileira afirma que não se chegará à sustentabilidade se ela não tiver como base e como promotor o capital social do País (Brasil, 2000).

Portanto, a ação comunicativa eficiente segue sendo uma meta pertinente da esfera pública e, especialmente, dos espaços de negociação ambiental. Mas o êxito do diálogo entre os interlocutores, da construção de consensos, exige que eles tenham em comum não apenas valores e propostas, mas também informações. Daí a necessidade da "capacitação" ou "qualificação" para a participação. Em outros termos, conforme a Agenda 21 Global: do ensino, da conscientização e do treinamento. E, neste ponto, torna-se relevante a Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia (CPCT).

### **3 - Capacitação para a participação**

Não apenas os principais avanços da sociedade contemporânea como também as muitas ameaças que pairam sobre ela vinculam-se à C&T.<sup>28</sup> Assim podemos afirmar que, hoje, conhecer as origens, as possibilidades e os limites desses avanços e ameaças, fazem parte do exercício da cidadania. Segundo Castells (1998), embora persista um certo desconforto dos movimentos ecológicos em relação à C&T, eles se apoiam, em boa medida, na reunião, análise e difusão de informações científicas. E, mesmo que os ecologistas critiquem o domínio do mundo pela ciência, eles também propõem "a ciência da vida contra a vida subjugada à ciência", lembra o autor. Em outros termos, a sustentabilidade depende da coleta de dados sobre os diversos ecossistemas e a sua disponibilização aos gestores e formuladores de políticas e à sociedade em geral, a fim de

---

<sup>28</sup> - Há uma estreita relação entre a riqueza dos países, o bem-estar de sua população e o investimento em C&T (Gutiérrez, 1998). Dados do Banco Mundial indicam que os 29 países que detém 80% da riqueza do mundo investem

que eles sejam inseridos nos planejamentos locais, setoriais ou nacionais. O que tem sido um desafio difícil de superar (Estratégia, 1992).

O exame céptico da realidade é a maior característica da ciência. Embora seja sua função manter as mentes abertas, ela dispõe de um rigoroso arsenal para buscar evidências para suas explicações, que devem ser consideradas independentemente de suas origens. Não há verdades eternas nem donos da verdade quando se trata de conhecimento científico. Por isso, há muitas coincidências entre os valores da ciência e os da democracia. Da mesma forma, também é possível estabelecer uma relação entre a elaboração da Agenda 21 e o "fazer científico": ambos pressupõem um percurso que implica acolhimento dos fatos (ou informações) de forma aberta; busca de evidências, através de exames (ou debate público, no caso da Agenda) que comprovem tais fatos; formulação de hipóteses (respostas provisórias) para as evidências obtidas; teste das hipóteses e eliminação das que não puderem ser comprovadas (ou das alternativas que não se mostrarem adequadas); e aceitação (ainda que provisória) das melhores respostas ou propostas. Neste sentido, podemos dizer que a Agenda 21 estimula a educação para a ciência.

Paradoxalmente, na chamada "era da informação", é cada vez maior a desinformação dos cidadãos a respeito de temas relacionados à C&T. A ausência de uma cultura nessa área amplia o espaço para as pseudociências e os misticismos, que gozam de repercussão privilegiada na mídia, face ao seu forte apelo emocional e mercadológico. Numa civilização global cujos elementos mais cruciais dependem profundamente da C&T, não compreendê-las é a receita para um desastre - adverte o conhecido divulgador científico, Carl Sagan (1996). Cedo ou tarde, "essa mistura inflamável de ignorância e poder vai explodir na nossa cara". Ele segue contundente:

*Não explicar a ciência me parece perverso (...) Quando nos afastamos assustados da ciência, porque ela parece difícil demais (ou porque não fomos bem ensinados, abrimos mão da capacidade de cuidar de nosso futuro. Ficamos privados dos direitos civis. A nossa auto confiança se deteriora (Sagan, 1996: 39-42).*

Outro divulgador, o físico brasileiro Marcelo Gleiser (1998), ressalta que não basta promover o acesso à informação correta: é preciso também desenvolver a capacidade de refletir ativamente, inclusive a competência para duvidar, propor e colaborar com a busca do conhecimento. Mais que levar as respostas (ou pura informação) é necessário estimular a descoberta, o fascínio, de como é inspirador pensar sobre a ciência (ou pensar de forma científica, acrescentamos). Trata-se de um enfoque também presente na Educação Ambiental: "(...) apenas informar parece não ser suficiente para a formação de uma cidadania ambiental plena, que considere também a construção de novos valores, habilidades e atitudes", alertam Trabjer & Manzochi (1996:31). Por isso, é preciso enfrentar "(...) uma situação de dupla natureza, cognitiva e ética, que se desdobra simultaneamente no conhecimento, na capacidade de julgamento ético e na ação moral" (Trabjer & Manzochi, 1996:31).<sup>29</sup>

Optamos por utilizar a terminologia Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia (CPCT) na concepção proposta por Fayard (1994 e 1996).<sup>30</sup> Segundo o autor, por seus objetivos e metodologias, a Divulgação Científica e o Jornalismo Científico distinguem-se da CPCT. Nas formas tradicionais de Divulgação, diz, o mais importante é o conteúdo, o que pode ter o efeito perverso de reforçar o mito de que a ciência é feita por poucos eleitos, de inteligência e capacidade raras e que ao restante dos mortais só cabe admirar, calar e obedecer. Já o Jornalismo Científico oferece ao público um material elaborado nos padrões e características peculiares de cada mídia, geralmente com ênfase na espetacularização, preferências pelas fontes oficiais, pouco aprofundamento - questão à qual retornaremos no capítulo 4.

Por outro lado, ainda segundo Fayard, a CPCT tem no público a sua principal referência e a metodologia e conteúdo dos programas são estabelecidos através da identificação das curiosidades e das necessidades dos usuários. Ou seja, é a partir da perspectiva do receptor que se inicia o processo de comunicação/educação. Por isso, um programa de CPCT exige estratégias diferenciadas, linguagens e veículos específicos para grupos distintos. Para alcançar tais objetivos - principalmente se temos como meta a sustentabilidade - é fundamental investir nos processos,

---

<sup>29</sup> - A Educação Ambiental pode ser entendida como um processo de CPCT específico da área ambiental. Pode se realizar tanto no nível formal (das escolas) como no não formal - que compreende todas as outras instâncias, inclusive os meios de comunicação social (Tratado, 1992) .

<sup>30</sup>- O termo Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia, consagrado entre os norte-americanos, refere-se à comunicação realizada por instituições dedicadas à C&T, desde órgãos governamentais até institutos de pesquisa, museus, clubes de ciência e sociedades científicas (Oliveira, 1998). Neste trabalho consideramos Ciência e Tecnologia como uma unidade já que tratamos da circulação e apropriação de informações decorrentes de ambas

nas vivências pessoais e comunitárias, na cultura. Ao tornar compreensíveis os fatos e a realidade, possibilita-se a ação e a transformação do mundo.<sup>31</sup>

Diante destes desafios, surge a necessidade de divulgadores especializados. Fayard, por exemplo, propõe a denominação de *mediador* para esse profissional capaz de compreender e assumir seu papel no contexto do *double step flow*. Além do conhecimento das modernas formas de popularização da ciência, ele deve ter habilidade para lidar com as lógicas dos cientistas, das instituições e do público em geral. No caso de capacitação para o uso de informações sobre meio ambiente e desenvolvimento, é possível pensar em outras denominações (e mesmo atribuições) para esse *mediador*. Ele confunde-se com a figura do *educador ambiental* e, como veremos no capítulo 4, com a do *reeditor* que, embora nem sempre seja um profissional, é capaz de traduzir e reelaborar as mensagens de acordo com o seu próprio público.

Assim, pelos motivos já apontados, o ambientalismo colocou em xeque o formato tradicional de Divulgação Científica. A Comunicação Pública da Ecologia deve gerar debates e compromissos em níveis coletivo e particular, estimular novos comportamentos, participação, cooperação mútua, valores e ações que contribuam para a transformação humana e social e a preservação ecológica (Tratado, 1992). São objetivos estreitamente relacionados à valorização do espaço público democrático, ao público raciocínio, ou ao uso público da razão - o que exige a paridade argumentativa entre os vários participantes. Portanto, embora seja essencial incentivar a produção e disseminação de informações, é preciso ir além considerando-se as características dos espaços de negociação ambiental ou dos processos de elaboração da Agenda 21 local:

*(...) somente um tipo de conhecimento capaz de criar novos sentidos para o mundo natural e, dessa forma, capaz ao mesmo tempo de criar um novo projeto para a sociedade como um todo, poderia colocar fim à manipulação técnica dos recursos naturais, estabelecendo uma parceria fraterna e cooperativa, em substituição à atual objetivação e instrumentalização das relações* (Ferreira, 1996: 64).

---

<sup>31</sup>- Encontramos nas propostas da CPCT formuladas por Fayard grandes coincidências com as reflexões teóricas desenvolvidas no continente latino-americano, nas áreas de Educação e Comunicação Popular ou Dialógica, por autores como Juan Diaz Bordenave, Mário Kaplun e Paulo Freire, a partir da década de 60. Curiosamente, a questão da transferência de tecnologia dos países desenvolvidos para os subdesenvolvidos foi uma das origens dessas reflexões. Ver, por exemplo, o clássico *Extensão ou Comunicação?*, de Freire, publicado pela editora Paz em Terra em sucessivas edições. Mais recentemente, Bordenave (1997) retomou o tema da transferência tecnológica. Outro ponto da Comunicação Dialógica que reconhecemos na CPCT descrita por Fayard é a distinção entre a educação/comunicação centrada no conteúdo, com ênfase no emissor e aquela centrada no processo, com ênfase no receptor, nas suas vivências e demandas.

### 3.1 - Cientistas e técnicos na formulação das políticas públicas

Se a reflexão e as propostas da CPCT já se encontram bastante avançadas, e cada vez mais setores reconhecem a urgência de sua implementação, pouco se tem discutido sobre a participação dos profissionais das áreas científicas e tecnológicas na formulação das políticas públicas – o que também pressupõe competência comunicativa. Por outro lado, os impactos causados pelas recentes inovações tecnológicas em todas as áreas sociais têm provocado grandes polêmicas e exigido regulamentações complexas. Questões como alimentos transgênicos, mapeamento genético e patentes de medicamentos, por exemplo, transformaram a C&T em uma pauta constante nos debates públicos, e os cientistas e técnicos em atores fundamentais nos fóruns de deliberação sobre esses temas.

Contudo, há décadas o debate ecológico antecipou essa demanda aos *experts* exigindo que eles, além de gerar conhecimentos ou produtos, colaborassem efetivamente nas discussões e decisões relacionadas ao meio ambiente e desenvolvimento. É o que acontece, por exemplo, nas Audiências Públicas ou nos Relatórios de Impacto Ambiental, quando os estudos especializados e de caráter multidisciplinar sobre o(s) ecossistema(s) afetado(s) por determinado projeto são apresentados à comunidade e submetidos à sua aprovação. Mais que a realização do esforço de adequar o conteúdo e os termos técnicos ao público leigo, é o momento de "negociação ambiental", onde cientistas e técnicos confrontam-se com outros atores, interesses e saberes.<sup>32</sup>

A Agenda 21 dedica capítulos integrais à C&T, e relaciona as comunidades científicas e tecnológicas - integradas por pesquisadores, engenheiros, arquitetos, projetistas industriais, urbanistas, formuladores de políticas - entre os parceiros fundamentais para o desenvolvimento sustentável.<sup>33</sup> Além de dados que permitam uma elaboração mais consistente das políticas públicas, esses profissionais são desafiados a oferecer “uma contribuição mais aberta e efetiva aos processos de tomada de decisões relativas ao meio ambiente e desenvolvimento” (Agenda, 1992: cap. 29). Para que isto aconteça, o papel da C&T nos assuntos humanos deve ser amplamente conhecido, tanto pelos responsáveis por decisões como pelo público em geral. Contudo, além de medidas para o fortalecimento das áreas de C&T, a Conferência do Rio sugeriu a criação de novos canais de comunicação para que o público, os líderes e os formuladores de políticas possam levar aos cientistas e técnicos suas expectativas e demandas. Será preciso estabelecer um

---

<sup>32</sup> - No Brasil, desde a década de 80 o Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama) prevê a execução dos estudos e relatórios de impacto ambiental (EIA e RIMA) para a aprovação de determinadas obras e a realização de audiências públicas, um procedimento de consulta à comunidade.

<sup>33</sup> - Ver capítulos 31, 34 e 35 da Agenda 21.

intercâmbio de conhecimentos e preocupações, no qual possa haver "lugar para a cooperação em todos os níveis" (Agenda, 1992: cap. 29).

O estabelecimento desses novos fluxos passa pela superação das formas tradicionais de explicação de dados especializados - com as atitudes pseudo didáticas tão caras aos cientistas ou divulgadores profissionais. O que obriga o reconhecimento dos demais atores sociais envolvidos nesse processo. Como não se trata apenas de fazer circular informações, mas também de criar sentidos e gestos pró-sustentabilidade, será necessário, ainda, recorrer aos conteúdos afetivos, buscando equilibrar o mundo das noções ambientais com o mundo das vivências, conforme sugere Medina (1998:236). Assim, a participação dos *experts* na formulação de um novo modelo de desenvolvimento será mais efetiva à medida em que eles lograrem a inserção e o debate de seus temas nas experiências e vivências do cotidiano; na transformação do doméstico em político e na construção das pequenas utopias das quais nos falam Martín-Barbero (1997) e Mafesoli (1995). Ou da grande utopia que hoje atende por sustentabilidade.

Foram desafios como esses - produzir estudos técnico-científicos, redigi-los em linguagem adequada, além de submetê-los (e submeter-se) a um amplo fórum público - que enfrentaram os consultores do *Vitória do Futuro*, como veremos no capítulo 4. Estamos assim diante de um novo palco de atuação, além dos muros das academias e laboratórios, onde os debates se dão em outros termos e não mais através dos mecanismos tradicionais do mundo científico. E, neste sentido, o ambientalismo traz avanços em relação à CPCT. Entre eles está a compreensão de que as áreas da C&T devem vincular-se não mais à modernidade técnica, mas à modernidade ética do princípio da sustentabilidade, num quadro de múltiplas dimensões, entre elas: econômica, ambiental, social, política, cultural, institucional etc. (Brasil, 2000). Exigem-se, pois, novas posturas:

*A rigor, o novo tipo de ciência capaz de responder ao desafio colocado pela crise ecológica não está associado a um novo paradigma, como muitos ambientalistas radicais ainda acreditam. Mais do que uma 'revolução' no interior da ciência (trazida por novos princípios axiomáticos para sua dedução formalizada), precisa-se de um diálogo produtivo dos cientistas com a sociedade civil. Em outras palavras, as novidades da ciência são hoje tanto metodológicas como epistemológicas (Leis, 1997: 233).*

#### **4 - Um olhar sobre mobilizações semelhantes**

Embora o nosso objeto de estudo seja a elaboração da Agenda 21 local de Vitória, achamos pertinente, no corpo deste trabalho, acrescentar uma breve reflexão sobre outros dois processos de mobilização contemporâneos: a Operação Rodízio, realizada na região metropolitana

de São Paulo, e a Pastoral da Criança, em âmbito nacional.. As considerações sobre a Operação Rodízio baseiam-se nos materiais produzidos pela Secretaria de Meio Ambiente do Estado de São Paulo (São Paulo, 1997) e na obra de Medina (1998).<sup>34</sup> Já a análise da Pastoral da Criança é resultado do exame dos materiais e processos de capacitação produzidos pela entidade, especialmente na área de Comunicação Social, além do acompanhamento e entrevistas com algumas de suas principais lideranças.<sup>35</sup>

Não se pretende aqui um estudo comparativo entre o *Vitória do Futuro* e as outras iniciativas. Porém, acrescentamos tais exemplos porque, a despeito de terem ocorrido em dimensões e com objetivos tão distintos entre si, neles identificamos a mesma lógica nas estratégias de comunicação - o que ajuda a explicar o sucesso das três mobilizações e reforça a pertinência desta pesquisa. Em todos os casos, a criação e a manutenção de fluxos abertos de informação provocaram não apenas a adesão, mas a crescente capacitação dos participantes, incentivados por um imaginário compartilhado, a orientação clara das ações, de acordo com os vários universos, e a coletivização dos resultados. Além disso, também registrou-se a utilização de uma pluralidade de recursos, das mídias convencionais às novas tecnologias sempre, porém, com forte ênfase na comunicação pessoal. Quesitos, como veremos, fundamentais no sucesso da convocação e manutenção de qualquer mobilização social.

#### **4.1 - Em São Paulo, a Operação Rodízio**

Promovida desde 1995 pela Secretaria de Meio Ambiente do Estado de São Paulo, a Operação Rodízio prevê a restrição da circulação de veículos automotores na Região Metropolitana de São Paulo, de acordo com a numeração da placa, em certos dias e horários, como medida preventiva da poluição atmosférica. Assumidamente inspirada na Agenda 21 Global, a iniciativa pioneira no Brasil tem similares em outros países, que também adotaram programas semelhantes. Em São Paulo, a sua implantação implicou convocação dos vários atores sociais e estabelecimento de um amplo debate com a população num processo cujas metas, mais que reduzir as emissões do monóxido de carbono, eram conscientizar sobre os problemas da poluição, provocar a discussão dos aspectos críticos da cidade e a mudança de hábitos (São Paulo, 1997a). Alguns dos setores envolvidos na campanha de 1997:

---

<sup>34</sup> - Apenas as realizadas entre 1995 e 1997 foram objeto de análise. Embora, a rigor, só possamos falar em mobilização social no ano de 1995, quando a adesão era voluntária.

<sup>35</sup> - Ver, por exemplo, "A Comunicação na Mobilização Social: a experiência da Pastoral da Criança", in: VII Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste (anais). Vitória, 1997. (Disponível em: <[www.intercom.org.br](http://www.intercom.org.br)>).

- a) As escolas, que receberam um *kit* didático com revistas, manuais, guia de atividades, cartazes, entre outros. Os professores tiveram treinamento específico e foram estimulados a aderir à atividade como pesquisa-ação (para levantar a opinião dos pais sobre o transporte solidário), concurso de propostas de soluções para combater a poluição, etc;
- b) As oficinas mecânicas, cujos profissionais foram treinados em regulagem de motor e verificação dos sistemas responsáveis pela emissão de poluentes. Além disso, foram produzidos boletins com informações específicas para os mecânicos;
- c) Clientes, fornecedores e prestadores de serviços de transporte de carga e coletivos – que foram alvo de intenso trabalho de educação e conscientização com o propósito de incentivá-los a contribuir para a difusão de práticas corretas como o controle e a manutenção de motores.

Para o esclarecimento do público em geral foram organizadas campanhas de orientação nas várias fases do processo. Por outro lado, programas setorializados ou iniciativas particulares pró-rodízio repercutiam na imprensa, reforçando a coletivização, o imaginário e o estímulo à adesão (São Paulo, 1997a:31-43). A comunicação pessoal foi facilitada através da planfletagem, feita por funcionários preparados que distribuíam materiais e orientações, do serviço de telemarketing e do Disque Rodízio. Na busca de adesões à iniciativa, foram realizadas visitas aos órgãos-chaves envolvidos, onde eram esclarecidos os seus objetivos. A criação de *software* específicos para organização e orientação de grupos de caronas marcou um uso criativo de novas tecnologias no processo de mobilização. Somente em uma campanha, feita por intermédio do jornal *Folha de S.Paulo*, foram distribuídos mais de 10 mil cópias do programa (São Paulo, 1997a:31-43).

Um dos resultados dessa série de estratégias, segundo os próprios organizadores, foi a aproximação entre o poder público e a sociedade. Além disso, reconhecendo-se a necessidade de ensino, consciência pública e treinamento recomendadas pela Agenda 21, houve um esforço para inserir o conceito de desenvolvimento sustentável no processo educacional. E de forma similar ao que aconteceu em Vitória, a qualidade de vida dos habitantes da cidade de São Paulo transformou-se em tema de aulas e trabalhos escolares. Em ambos os casos, o objetivo não foi apenas ampliar o universo de informações especializadas, mas provocar reflexão e mudanças:

*O que se produz com a educação ambiental não é exatamente um novo conhecimento. Nem mesmo a soma de diversos campos de conhecimento. Trata-se de uma renovação do processo cognitivo pela qual os indivíduos são preparados para a compreensão dos problemas ambientais. Tal renovação propicia a aquisição de conhecimentos científicos e técnicos, e de valores éticos (São Paulo, 1997a:43).*

Em 1995, quando a adesão ainda era voluntária, uma média de 38,1% de motoristas cumpriu a restrição reduzindo o volume médio de veículos em circulação na Grande São Paulo em 7,5%. Considerando-se a forte rejeição da imprensa à iniciativa,<sup>36</sup> é possível inferir a existência de outros fatores ou fluxos de informações importantes para sensibilizar e gerar respostas dos cidadãos. E mais, o tamanho da população não parece ser um fato limitador – desde que sejam criados mecanismos de comunicação adequados e se obtenha adesão de atores sociais significativos. Aparentemente restrita à temática poluição-transporte individual, a Operação Rodízio nos remete a algumas questões essenciais para construção das cidades sustentáveis ou dos novos marcos de gestão urbana. Entre elas a integração do poder público com a sociedade, convocada a conhecer e decidir sobre o seu entorno e qualidade de vida. Para isso, segundo Fábio Feldmann, ex-Secretário de Meio Ambiente do Estado de São Paulo,

*(...) é preciso alertar a população a respeito dos cenários futuros e escolhas que intervenções em arraigados modos de vida podem mudar radicalmente a situação. As cidades oferecem múltiplas possibilidades de escolha. E cada opção tem conseqüências que podem significar a diferença entre viver bem e viver mal. Ou entre viver e não viver (São Paulo, 1997a:13).*

## **4.2 - No Brasil, a Pastoral da Criança**

Um dos principais indicadores de qualidade de vida, a saúde materno-infantil é resultado de uma série de fatores, entre eles a implementação das políticas sociais básicas - o que nem sempre ocorre na medida ou rapidez necessária. Por esta razão, a Pastoral da Criança convocou e investiu na solidariedade humana, organizada e animada em rede, com o objetivo de reverter a situação das crianças carentes no Brasil. Os principais agentes dessa rede são as lideranças comunitárias, principalmente as mulheres que, capacitadas em ações básicas de saúde, ajudam a

---

<sup>36</sup>- Apesar da mídia ter sido considerada crucial para o sucesso da Operação Rodízio, o levantamento geral das matérias publicadas em 1996 revelou que prevaleceram as argumentações negativas sobre as positivas (São Paulo, 1997a:98). A análise de Medina (1997) sobre a cobertura do ano seguinte não revelou grandes mudanças.

transformar as vidas de famílias.<sup>37</sup> Transformadas, líderes e famílias acompanhadas tornam-se protagonistas de uma nova história.

Criada no Estado do Paraná em 1983, a Pastoral da Criança é um organismo da Conferência Nacional do Bispos do Brasil (CNBB). No ano de 2001, as 133.134 líderes comunitárias da Pastoral acompanharam 1.635.461 crianças de zero a seis anos e 76.842 mil gestantes, em 64% dos municípios brasileiros. Consideradas as equipes de coordenação, capacitação e acompanhamento, o número de pessoas envolvidas nesta tarefa chegou a 140 mil.<sup>38</sup> Nas visitas regulares às residências, as líderes orientam e estimulam as mães a adotarem os cuidados essenciais para garantir o desenvolvimento integral da criança. Basicamente, a Pastoral otimiza as informações disponíveis sobre saúde materno-infantil, tornando-as acessíveis aos seus voluntários, que repetem o mesmo processo com as famílias. Fazendo circular essas informações em distintos níveis de comunicação, geram-se novos conhecimentos e criam-se novos hábitos. O resultado é um processo de mobilização que envolve cada vez mais atores e, aos poucos, deixa o âmbito da saúde da criança e atinge outros setores como educação, geração de renda, violência doméstica, entre outros.

#### **4.2.1 - Atuação e resultados**

No "Dia da pesagem" ou "Celebração da vida", o encontro mensal que reúne as lideranças e as famílias acompanhadas, as crianças são pesadas e medidas. Cada líder anota, então, os dados das crianças sob sua responsabilidade na *Folha de acompanhamento e avaliação mensal das ações básicas de saúde e educação na comunidade* (FAB). Reunidas, as FABs são enviadas à sede da entidade (Curitiba-PR) onde, após somadas e analisadas, fornecem os dados para a elaboração do relatório *Situação de Abrangência*.

Graças a esse trabalho de acompanhamento e educação, o índice de mortalidade entre as crianças da Pastoral é inferior a 17 mortes para cada mil nascidos vivos - menos da metade da média nacional, que é de 34,6 mortes por mil nascidos vivos (dados da Unicef, referentes a 1999). A taxa cai para menos de 12, se considerados apenas os menores de um ano acompa-

---

<sup>37</sup> - Entre as ações destacam-se: apoio integral às gestantes, incentivo ao aleitamento materno, vigilância nutricional, alimentação enriquecida, controle de doenças diarreicas, controle de doenças respiratórias, remédios caseiros, estimulação à vacinação das crianças e gestantes, educação essencial, prevenção de acidentes domésticos, prevenção da violência contra a criança no ambiente familiar, prevenção de doenças sexualmente transmissíveis, catequese do ventre materno aos seis anos de idade e odontologia para bebês

<sup>38</sup> - Dados disponíveis na [www.rebidia.org.br](http://www.rebidia.org.br)

dos pela organização. Os dados são ainda mais significativos levando-se em conta que a organização atua justamente nos bolsões de pobreza - onde a mortalidade infantil está acima da média nacional. Outras conquistas da Pastoral: a) redução da desnutrição a 7%, contra uma média nacional em torno de 16%; b) das mais de 1.061.459 famílias acompanhadas, não há nenhuma criança nas ruas. Para cobrir os gastos de administração, produção e distribuição de materiais educativos, treinamentos e acompanhamento das atividades, a organização recebeu, em 2000, U\$ 8,5 milhões o que significa uma relação criança/mês de 0,5 centavo de dólar.

O reconhecimento dos resultados obtidos pela Pastoral da Criança pode ser aferido de várias formas. Uma delas é a adesão de financiadores governamentais ou não. Nos últimos anos, o Ministério da Saúde garantiu 70% da verba necessária para os trabalhos, enquanto a Rede Globo de Televisão tornou-se a sua maior parceira privada, através do programa *Criança Esperança*, desenvolvido em conjunto com o Unicef. Em todo o Brasil, veículos como emissoras de rádio e provedores de Internet renderam-se ao poder convocatório da entidade, agilizando ainda mais a sua comunicação com os membros e com a sociedade em geral. De forma crescente, cidadãos anônimos também aderem à mobilização, seja como voluntários ou colaboradores das campanhas de doação. No cenário internacional, além da indicação para o Nobel da Paz em 2001, destaca-se o título de melhor serviço de saúde e nutrição comunitária do mundo, oferecido pelo Unicef, em 1991. Em nossa análise, algumas das motivações de participação na Pastoral da Criança são:

- **pessoal/auto-estima:** atinge principalmente líderes que, após a capacitação, desenvolvem um papel ativo na comunidade e terminam por estender sua atuação a outros campos;
- **comunitária/culturais:** pelo resgate de valores tradicionais da comunidade, como a solidariedade e o folclore;
- **místicas:** embora vinculada à Igreja Católica, a Pastoral não enfatiza os aspectos confessionais mas sim a "dimensão mística" da ação voluntária - o que dá um caráter ecumênico. Essa mística é expressa no lema da entidade: *Para que todas as crianças tenham vida*;
- **sócio-econômicas:** as líderes e famílias acompanhadas geralmente se envolvem em outros projetos, como de alfabetização ou de geração de renda, capazes de promover certa ascensão social e uma melhor qualidade de vida;
- **profissionais:** os voluntários, atuando em seu próprio campo de ação, recebem material de apoio e oportunidades de capacitação;
- **políticas:** alcança todos os atores, incentivados a uma atuação social mais comprometida.

No sentido estrito, a Pastoral oferece subsídios às lideranças envolvidas na formulação das políticas sociais básicas.

#### **4.2.2 - Os três níveis de comunicação**

Definido o objetivo de promover a saúde materno-infantil, considerou-se que ela envolve inúmeras variáveis e que era preciso atingir um público amplo e diversificado, além das famílias: políticos, religiosos, entidades governamentais e não-governamentais, além de profissionais de várias categorias. O principal objetivo da comunicação na Pastoral da Criança é o de convocar e mobilizar todos esses setores. A Rede dos Comunicadores Solidários à Criança, da qual participam 700 profissionais voluntários, tem um papel fundamental no desenvolvimento dessa política. Mais do que desempenharem a função de assessores de imprensa em suas comunidades e regiões, os membros da Rede são preparados para atuar como capacitadores nas seguintes áreas: Comunicação Pessoal e Grupal, Produção Radiofônica, e Assessoria e Mobilização. Adiantando-nos à descrição dos níveis de comunicação essenciais à mobilização, e à distinção entre os conteúdos das mensagens e os seus sentidos, apresentamos, de forma sintética, as estratégias através das quais a Pastoral da Criança convoca, organiza e anima o trabalho em favor da saúde materno-infantil:

##### **a) Comunicação de Massa**

###### **Principais veículos:**

- a.1) imprensa em geral: informa o público em geral sobre os trabalhos e resultados da entidade.
- a.2) programa radiofônico *Viva a Vida*: gravado nas versões 'Sul-Sudeste' e 'Norte-Nordeste' e distribuído às coordenações locais em CDs ou cassetes, é transmitido nos horários cedidos por 1.200 emissoras de todo o País. Além do programa alcançar o público em geral, funcionando como mídia institucional, no nível macro orienta as líderes e as famílias acompanhadas.

**Conteúdo das mensagens:** Ações e resultados dos trabalhos realizados. A orientação da entidade é que os próprios líderes e famílias sejam os “personagens” das notícias, e não os técnicos ou coordenadores. A mídia massiva contribui para dar legitimidade social e visibilidade à mobilização e seus resultados. E, ainda, sensibilizar a população para as questões da infância e adolescência.

##### **b) Macro Comunicação**

###### **Principais veículos:**

- b.1) *Relatório Situação de Abrangência* - Graças à sua confiabilidade e atualidade, o relatório é

considerado um sistema de alerta, o mais ágil retrato da saúde materno-infantil do Brasil. Constituiu-se, provavelmente na mais poderosa mídia institucional da Pastoral da Criança;

b.2) *Rede Brasileira de Informação e Documentação sobre a Infância e Adolescência*, (Rebidia) - disponibiliza, principalmente através da Internet, as informações da Pastoral da Criança e de organismos relacionados, além de legislação referente à infância e adolescência, ([www.rebidia.org.br](http://www.rebidia.org.br));

b.3) *Jornal da Pastoral da Criança*: O tablóide bimestral de 16 páginas e tiragem de 230 mil exemplares é dirigido às lideranças, coordenações e parceiros visando socializar as experiências das comunidades;

b.4) Além desses veículos, a Assessoria de Comunicação produz ou supervisiona a elaboração dos materiais institucionais, educativos e didáticos dirigidos aos assessores, coordenadores e líderes comunitários. Os vídeos, por exemplo, desempenham um papel importante nas reuniões e nos processos de capacitação.

**Conteúdo das mensagens:** É específico, de acordo com o público alvo. O objetivo da comunicação neste nível é promover a mobilização, a parceria e o compromisso, além de orientar para a ação, segundo o universo de cada um dos grupos envolvidos.

### **c) Micro Comunicação ou Comunicação Pessoal**

**Principais veículos:** Embora todos os níveis sejam considerados importantes, a Pastoral da Criança compreende que a essência do trabalho é o contato pessoal que ocorre, por exemplo, nos encontros das líderes com as famílias, das líderes entre si, ou do assessor e alguma autoridade ou parceiro. Para garantir os resultados desses encontros é que são desenvolvidas as demais ações e projetos. Neste nível, quase não há veículos mediando os pólos da comunicação que, na maioria das vezes é direta, face a face. Por isso, busca-se preparar e acompanhar as líderes, coordenadores e assessores para esses momentos (no nível macro ou no micro) através de capacitações para organização de reuniões, visitas, celebrações, etc.

**Conteúdo:** orientações diretas sobre, por exemplo, as ações básicas, a realização ou coordenação de alguma atividade, ou a definição de uma parceria. Neste nível, o sentido da mensagem é o valor da ação específica.

#### **4.2.3- Características do processo de mobilização/comunicação**

Os bons resultados da Pastoral da Criança parecem relacionar-se não apenas à multiplicidade e criatividade no uso dos meios mas, também, à compreensão de que são os voluntários

que fazem a comunicação acontecer. Algumas características constantes, tanto no âmbito da comunicação como das demais ações desenvolvidas na mobilização, ajudam a compreender o seu sucesso:

a) **Orientação concreta das tarefas** - A comunicação (principalmente no nível macro e micro) estimula um compromisso pessoal através de ações concretas. Cada novo membro sabe exatamente o seu papel e é estimulado a atuar dentro de seu próprio universo - isto é, o enfermeiro participa como enfermeiro, o jornalista como comunicador, etc. Garante-se, assim, a qualidade técnica das ações e, provavelmente, a perseverança do voluntário que não precisa realizar grandes esforços para participar.

b) **O sentido das tarefas** - Além de explicitar a tarefa a ser desempenhada, a comunicação mostra a cada voluntário que sua ação individual é essencial para alcançar bons resultados. A líder, por exemplo, deve saber e *sentir* que não está salvando as vidas das 10 ou 15 crianças sob sua responsabilidade - mas das 1,5 milhão de crianças atendidas pela Pastoral. Deve acreditar que, de fato, está ajudando a diminuir a mortalidade infantil no País. Embora o seu gesto seja aparentemente pequeno, o *sentido do gesto* é grande.

c) **Autonomia** - A Pastoral incentiva a autonomia e a criatividade dos voluntários. As rotinas essenciais exigem o mínimo de centralização e as dinâmicas que animam cada uma delas variam de acordo com a realidade. Como consequência, a mobilização sempre "tem a cara" da comunidade onde está inserida, embora compartilhe os mesmos objetivos e procedimentos básicos de uma rede muito maior. Das práticas cotidianas e necessidades distintas são formatadas as novas propostas. Na comunicação isso se traduz em teatro de fantoches, festivais de música, vários formatos de programa de rádio, uso da internet, etc.

d) **Capacitação e acompanhamento** - A maior parte dos recursos financeiros da Pastoral da Criança destina-se aos materiais educativos que animam os momentos de capacitação e acompanhamento dos voluntários. Por ano são realizados mais de 40 mil cursos em todo o Brasil. Há um esforço constante para passar dos ruídos ou signos fracos à informação. Mais que isso, trata-se de potencializar a informação, transformando-a em ação. Essa "potencialização" ocorre basicamente através da capacitação que ocorre em rede atingindo todos os níveis e temas, como comunicação, cuidados básicos ou alimentação enriquecida, por exemplo.

f) **Gerenciamento e transparência das informações** - Uma dificuldade dos movimentos sociais é estabelecer relações claras de custos/benefícios. Na Pastoral da Criança, o gerenciamento e divulgação constante das ações e resultados alavancam e legitimam o trabalho junto aos antigos

e novos parceiros, e credenciam a entidade a participar do processo de formulação das políticas públicas sociais. A divulgação dessas informações é feita através da comunicação de massa (para a sociedade) e nos níveis macro e micro (para voluntários, parceiros técnicos e financeiros). As coordenações estaduais e locais, ao final de cada trimestre, recebem uma carta com o balanço do trabalho desenvolvido no período. De acordo com os resultados, a carta traz mensagens como: *'parabéns, você atingiu sua meta!'* ou *'preste atenção, há um aumento de diarreia em sua comunidade'*. Esse *feedback* regular, além de gerar vínculos, estimula, reconhece e dá sentido ao trabalho desenvolvido. Outros instrumentos de avaliação são as reuniões, o jornal e os relatórios específicos com informações dos projetos.

Ainda que muitas e variadas, as informações produzidas no âmbito da Pastoral circulam dentro de um fluxo bastante coerente, com grande economia de esforços e de recursos. São apenas 50 pessoas para assessorar 145 mil voluntários e o custo final é irrisório, se comparado a outras iniciativas do gênero. Por dispor de dados e análises recentes sobre a saúde materno-infantil, justamente nas áreas mais críticas, a Pastoral da Criança transformou-se em ator fundamental nos espaços de formulação das políticas públicas de infância e adolescência no País.

Mobilizações como essas, realizadas no âmbito local ou nacional, nos fazem supor que, de forma crescente, a sociedade civil brasileira quer oferecer trabalho voluntário para melhorar a sua própria vida, a da comunidade e do meio ambiente - o que foi confirmado em ambas as pesquisas de Crespo (1993, 1997). Ou seja, diante dos graves problemas que o País enfrenta, cresce a consciência e a disponibilidade para o exercício de uma cidadania cada vez mais ativa. Participar na formulação e supervisão das políticas públicas, porém, pressupõe a capacitação dos vários atores, e a criação de canais de cooperação e comunicação entre os setores especializados e os não especializados. Se é na esfera local que se encontram os problemas imediatos que afetam o dia-a-dia da população é ali, também, que as carências e as reivindicações se transformam em movimentos sociais organizados e capacitados tecnicamente para promover mudanças. E assim, entre contradições, avanços e retrocessos, delineiam-se as bases da democracia participativa necessária para uma sustentabilidade ampliada e progressiva. A cidade de Vitória ofereceu-nos um bom exemplo desta situação, como veremos no próximo capítulo.

### **Capítulo 3**

## **A Agenda 21 local de Vitória - contexto e antecedentes**

*Agenda 21 local de Vitória é um momento chave na cidade mas não uma coisa isolada. Ela não foi construída por um mero impulso político, sem sustentação. Ela nasceu de uma prática que a cidade vinha desenvolvendo e por isso teve essa adesão e a força que tem até hoje.*  
(Haroldo Corrêa)

## **1. Enfrentando os problemas da urbanização acelerada**

O estudo da Agenda 21 local de Vitória indicou, além do uso de estratégias e instrumentos de comunicação adequados, um contexto sócio-político que ajuda a explicar a mobilização e algumas de suas características e resultados. Tal contexto devia-se a vários fatores, entre eles a experiência dos movimentos sociais urbanos locais e regionais e os indicadores positivos acumulados pelas administrações municipais 1989-92 e 1993-96. Assim, é necessário retroceder no tempo para compreender os antecedentes ou os "tentáculos", na expressão de um dos entrevistados, sobre os quais se apoiou o Vitória do Futuro.

Trata-se de relatar um processo de urbanização similar ao ocorrido em outras cidades do Brasil e do mundo: o crescimento desordenado gerando o não atendimento dos serviços essenciais e grandes agressões ao meio ambiente. Contudo, se a concentração de tantos problemas colocou em xeque a sustentabilidade do desenvolvimento, ela também impulsionou a organização da sociedade. E, com o tempo, registrou-se a evolução dos movimentos reivindicatórios pontuais para uma prática organizativa e propositiva de longo prazo que alcança cada vez mais setores da população e a própria administração pública.

Fundada em 1551, a capital do Espírito Santo é a terceira cidade mais antiga do País. Com uma área de apenas 81 quilômetros quadrados, é constituída de duas porções distintas: a ilha de Vitória, centro de um arquipélago costeiro formado por 24 ilhas, e a região continental. Possui 270 mil habitantes e indicadores sócio-econômicos e de qualidade de vida mais positivos do que a média registrada no Brasil.<sup>39</sup> Concentrando 20% da população metropolitana e 50% da estadual, o município reúne também a maior parte das atividades econômicas, da arrecadação tributária, da prestação de serviços, além da produção e difusão cultural do Estado.<sup>40</sup> Segundo os estudos realizados para subsidiar o *Vitória do Futuro*, três variáveis explicam esse dinamismo: o

---

<sup>39</sup> - A população estimada do ano de 2001 é basicamente a mesma registrada em 1996.

<sup>40</sup> - Em 1996, das 150 maiores empresas estaduais existentes no Estado, 153 operavam em Vitória, gerando 61% da receita do total das empresas. Concentravam-se na capital, ainda, 33% da renda estadual, 68% da arrecadação do ICMS, 75% do número de hospitais privados e 33% dos jornais diários do ES.

complexo intercâmbio com o exterior; o apoio à economia urbana-industrial da Grande Vitória e de sua área de influência; e a condição de sede político administrativa.

**Figura 1 - Localização geográfica de Vitória (ES)**

A partir da década de 60, com a implantação do Porto de Tubarão, pela Companhia Vale do Rio Doce (CVRD), a cidade iniciou seu processo de crescimento e modernização. Na mesma época, instalaram-se ali grandes empresas, como a Aracruz Celulose e a Companhia Siderúrgica Tubarão, o que provocou uma diversificação no padrão produtivo do Espírito Santo, até então baseado na cultura do café, para materiais semi-acabados. As novas atividades e serviços atraíram profissionais técnicos de níveis alto e médio e, em maior número, trabalhadores braçais. Vitória tornou-se um polo centralizador das atividades econômicas, culturais, sociais e políticas mais importantes e, por conseguinte, dos mi-

grantes de diversas partes do País.<sup>41</sup> Configurou-se, então, a atual região metropolitana, formada pelos municípios de Viana, Cariacica, Vila Velha, Serra, além da capital.

Todos esses fatores causaram uma profunda alteração no perfil da cidade cuja população triplicou em menos de 30 anos. A falta de equipamentos públicos e infra-estrutura adequada para atender os novos moradores, notadamente aqueles de menor poder aquisitivo, gerou a ocupação desordenada na região dos mangues localizados no nordeste da Ilha de Vitória e dos morros. Logo havia uma carência generalizada não apenas na área de moradia, mas também nas de lazer, educação, saúde, entre outras. Por outro lado, as áreas tradicionalmente ocupadas pelas classes média e alta sofreram um rápido adensamento populacional, agravado pelo processo de verticali-

---

<sup>41</sup> - Se a partir dos anos 60 Vitória registrou um alto crescimento populacional, desde 1980 a migração passou a dirigir-se aos municípios vizinhos.

zação, o que provocou outros tipos de problemas. Sem planejamento e políticas sociais adequadas à nova realidade, o município passou a enfrentar problemas como a favelização, transporte e trânsito, e violência urbana.

Esse grave quadro favoreceu, a partir da década de 70, o surgimento de organizações comunitárias de caráter reivindicatório. No entanto, segundo Herkenhoff (1994), esse período também foi marcado pelo grande atrelamento entre o poder público e as novas associações, que abrigaram em seu interior diferentes grupos disputando os poucos recursos existentes. Até 1977, por exemplo, a primeira dama do Estado era considerada a madrinha dos movimentos de bairro e, pessoalmente, escolhia os seus dirigentes. E por muito tempo ainda, ressalta a autora, mesmo após a abertura política e a redefinição do papel do Estado, os governos locais insistiram em manter a prática de cooptação de movimentos e líderes.

Os primeiros sinais de mudança dessa situação surgiram no final da década de 70, com as Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), organizadas na Igreja Católica sob a inspiração da Teologia da Libertação. Como aconteceu em todo o Brasil, em Vitória as CEBs promoveram a formação de novos líderes políticos e comunitários, o que resultou na organização de associações independentes ou na transformação das antigas. Aos poucos, essas lideranças passam a ocupar os espaços nas entidades tradicionalmente aliadas aos políticos populistas e a questionar a forma como elas vinham exercendo o seu papel, as estratégias do Estado e o seu relacionamento com a sociedade civil (Herkenhoff, 1994:138). Desatrelados do poder público, os movimentos sociais iriam atuar mais incisivamente na busca de melhorias para a cidade.

No entanto, o crescimento dos grupos de pressão exigindo a urbanização dos novos bairros não se registrou apenas entre a população carente. Segundo Gualberto (1996:16-17), em Vitória, por causa do tipo de industrialização ocorrida nos anos 60-70, o processo de formação dos líderes populares se deu “através de critérios muito mais rigorosos que em outros espaços”: vários dos novos coordenadores dos movimentos pertenciam a um quadro técnico altamente qualificado e “renovaram a vida da cidade com a sua chegada”. Assim, para esse autor, a história da capital capixaba registra um “constante exercício da vida democrática” nos sindicatos e na universidade, mesmo quando não havia eleições diretas para o Executivo. E, até mesmo a imprensa, a partir da década de 80, foi “bastante independente e descolada da defesa pura e simples dos interesses oligárquicos”.

Além de lideranças civis qualificadas, imprensa livre, universidade e sindicatos atuantes, Gualberto aponta a capacidade associativa dos micro empresários - oriundos dos grandes empreendimentos que haviam feito cortes para ajustar-se à economia globalizada - como outro fator importante na formação do perfil combativo da população da capital. A partir do final dos anos 80, foi a própria administração municipal que estimulou e ajudou a consolidar as organizações populares, através de projetos como Orçamento Participativo, Plano de Desenvolvimento Urbano e a implantação de vários órgãos colegiados.

## 2 - As conquistas dos movimentos sociais

Para compreender o processo histórico que precedeu a mobilização social de elaboração da Agenda 21 local, apresentamos a seguir a relação, proposta por Herkenhoff (1994), dos principais lutas e conquistas dos movimentos sociais urbanos de Vitória nas duas últimas décadas.<sup>42</sup>

- a) **Movimento pela água e saneamento básico** – Surgiu em 1980, por iniciativa de lideranças oriundas das CEBs que, através de pesquisas, levantaram a precariedade do abastecimento de água em 20 bairros do município e conseguiram mobilizá-los em torno da questão. Uma das assembléias realizadas pelo movimento chegou a reunir 5 mil pessoas. Vitoriosa, a luta se desdobrou em outras;
- b) **Movimento São Pedro** - Nasceu junto com o bairro formado, em 1972, pela ocupação desordenada da região do manguezal, até então habitada por uma pequena colônia de pescadores. A falta de infra-estrutura mínima obrigou os novos moradores a se organizarem para reivindicar melhorias para o espaço onde viviam. Assim, em 1974 foi elaborado o regimento do movimento comunitário e realizada a eleição da primeira diretoria. Com a chegada de novas famílias de trabalhadores, em 1978 nasceram as ocupações de São Pedro II e III. Após várias intervenções isoladas, no início da década de 90 o poder público municipal criou o *Projeto São Pedro – Desenvolvimento urbano integrado e preservação do manguezal* que, por seus resultados, pela ativa participação popular, e sua continuidade através de sucessivas administrações, se tornou uma referência entre os programas pró-sustentabilidade;<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> - Essas conquistas apareceram, parcialmente, em outros trabalhos, como Gualberto (1996), Vitória (1996a) e Kranz & Mourão (1997), e foram também citadas por vários entrevistados. Como Herkenhoff estuda, especificamente, os movimentos populares urbanos, preferimos usar essa fonte por julgá-la mais completa.

<sup>43</sup>- O Projeto São Pedro foi implantado na parte noroeste da Baía de Vitória para promover o desenvolvimento urbano integrado com a conservação do manguezal – reserva genética de flora e de fauna das espécies marítimas. Nos anos 80, a deterioração crescente do lugar, transformado em depósito de lixo no qual e do qual viviam os moradores, foi revelado ao mundo através do filme *Lugar de toda a pobreza*, de Amylton de Almeida e Carlos Henrique Golh. Em 2000, já em fase de conclusão, o Projeto São Pedro contabilizava a geração de empregos e

- c) **Plano Diretor Urbano (PDU)** - Em 1984, a associação comunitária do Jardim da Penha, bairro de classe média de Vitória, levou 500 pessoas à Câmara Municipal dos Vereadores, com o objetivo de debater um Plano Diretor para a cidade. Através de assembléias permanentes, essa e outras associações lograram que o novo PDU garantisse certo nível de qualidade de vida para os moradores, através do melhor planejamento de ocupação do solo urbano;
- d) **Conselho Popular de Vitória** - Foi criado em 1984 para congregar os movimentos urbanos locais. Em 1990, segundo pesquisa da PMV, havia 86 associações de moradores em Vitória: 28 delas haviam sido criadas entre 1961-80 e 54 delas após 81.<sup>44</sup> Até hoje o Conselho é atuante;
- e) **Discussão do Orçamento Municipal e da Lei Orgânica** - Realizada em 1987 com ativa participação do Conselho Popular de Vitória que buscou assessoria técnica para acompanhar os debates na Câmara, realizar seminários, elaborar propostas para saúde, educação, transporte, reforma urbana. Dessas discussões resultou a criação de vários conselhos municipais que foram regulamentados pela Lei Orgânica do município.

Segundo Herkenhoff, mesmo que tais iniciativas muitas vezes não sejam reconhecidas oficialmente, elas são importantes porque mudaram a história da cidade, fugiram dos tradicionais caminhos de cooptação e

*abriram canais efetivos de participação e envolveram a população na luta por seus direitos, conseguiram realizar grandes mobilizações, reuniões por rua, assembléias e seminários que imprimiram uma nova mentalidade democrática de luta e de resistência, além da aprofundar o conhecimento político-técnico dos moradores, capacitando-os para o confronto com o Estado (...) foram algumas das sementes plantadas na direção da consolidação da participação popular e construção de bases para uma vida mais democrática... ( Herkenhoff, 1994:139-140).*

Além disso, na descrição dos movimentos sociais de Vitória já é possível identificar alguns das características das gestões urbanas modernas, como a participação da população nas instâncias administrativas colegiadas, mencionada no capítulo 1. Outro ponto importante nesse histórico é o que a autora chama de "experiência de capacitação político-técnico" dos moradores para o confronto com o Estado e a fundamentação das propostas populares. Trata-se, sem dúvida, da qualificação necessária para a participação, mencionada pela Agenda 21: servidores munici-

---

melhoria na qualidade de vida das 47 mil moradores da região, além da regulamentação de áreas de ocupação e de preservação. Uma característica peculiar da iniciativa foi a participação dos moradores em todas as etapas e ao manutenção do programa pelos governos seguintes (Vitória: 2000).

pais e lideranças civis devem ser capacitados, através de seminários e outros instrumentos, para atuar dentro de novos conceitos de administração e colaborar com os esforços de mudança.

No ano de 1989, a eleição de Vitor Buaiz pelo Partido dos Trabalhadores (PT) para a Prefeitura Municipal de Vitória reforçou a autonomia das organizações populares. A gestão, lembrada sobretudo pela implantação do Orçamento Participativo e pelo saneamento das finanças do município, incentivou e apoiou os movimentos sociais urbanos, integrando-os oficialmente na discussão e formulação das políticas públicas (Herkenhoff, 1994). O resultado dessas medidas foi o fortalecimento da cidadania local, conforme destacaram vários entrevistados.

Em 1992, durante um processo de auto-avaliação, o Conselho Popular de Vitória apontou os avanços obtidos desde a sua fundação: reconhecimento institucional, ocupação de espaços, experiência e participação efetiva nas instâncias municipais. Contudo, a entidade admitiu a existência de problemas, entre eles a organização e a infra-estrutura precárias para o acompanhamento das discussões e o encaminhamentos de propostas. Reconheceu ainda que, sem projetos próprios, não havia acompanhado o ritmo da administração municipal do Partido dos Trabalhadores: como a PMV oferecia respostas mais imediatas às reivindicações da população, acabou sendo mais acionada que o próprio Conselho.

### **3- A era Paulo Hartung**

Em 1993, Paulo César Hartung Gomes<sup>45</sup> (na época filiado ao Partido Social Democrata Brasileiro - PSDB) assumiu o governo do município de Vitória. Durante a sua gestão consolidam-se as diversas condições que culminariam com a convocação e a realização do *Vitória do Futuro*. Sob o ponto de vista da participação democrática, os fóruns existentes desde a administração anterior foram confirmados e outros novos foram criados. No total, 17 conselhos, compostos por representantes do poder público e dos diversos segmentos organizados da sociedade, ajudavam na definição das políticas públicas locais, na aprovação dos projetos e na alocação dos recursos vinculados aos fundos setoriais.

---

<sup>44</sup> - Quatro associações não souberam precisar sua data de fundação.

<sup>45</sup> - Nascido em Guaçuí (ES), foi militante do PCB e presidente do Diretório Central dos Estudantes (DCE) da Universidade Federal do Espírito Santo, onde graduou-se em Economia. Em 1982, entrou definitivamente na política partidária, sendo eleito deputado estadual por dois mandatos consecutivos. Em 1990, elegeu-se deputado federal pelo PSDB com a maior votação do município de Vitória. Em 2001 transferiu-se para o Partido Socialista Brasileiro (PSB).

*Construindo a cidade cidadã* foi o lema da gestão Paulo Hartung, cuja política social, segundo o balanço oficial após quatro anos de governo, registrou a ampliação e qualificação de serviços básicos, por exemplo, na área de saúde (redução da mortalidade infantil de 25,5 óbitos por mil nascimentos para 16) e de educação (aumento de mais de 50% do número de vagas nas escolas). Programas de desenvolvimento para crianças e adolescentes, e de qualificação profissional e geração de emprego e renda para adultos garantiram melhores condições de cidadania para a população carente. Outro destaque foi o aperfeiçoamento e fortalecimento do Projeto São Pedro. A ação articulada das secretarias que atuavam na área social potencializou resultados e colaborou com a revalorização da identidade dos moradores, como afirmaram vários entrevistados. No período de 1993-97, por exemplo, a administração publicou 45 livros, entre obras inéditas e relançamentos. A coleção *Escritos de Vitória* enfocou personagens e fatos marcantes na vida da cidade, enquanto o projeto *Memória Viva* resgatou a tradição das paneleiras e das desfiadeiras de siri.<sup>46</sup> A criação de espaços culturais e de lazer movimentou ainda mais a população.

As classes médias e altas foram mais diretamente beneficiadas pelas obras físicas, como as intervenções de grande porte que resultaram melhorias no setor viário, paisagístico e de drenagem no município. O projeto de revitalização do centro histórico, engavetado desde 1984, foi retomado com a ajuda de parceiros privados e passou a focar também aspectos sociais, afetivos e econômicos da conservação. Iniciou-se, então, o processo de recadastramento dos imóveis antigos e incentivo às restaurações. Algumas estruturas, como os armazéns do porto e as escadarias do centro, foram revitalizadas pela própria PMV. No setor administrativo, para agilizar o gerenciamento da cidade foi implantada a gestão colegiada por áreas, com secretarias afins articulando recursos e esforços na busca de melhores resultados. O governo municipal inovou, ainda, com a implantação do *Programa Administração Estratégica*, que incluía um conjunto de três sub-programas (Hartung, 1997: 30-34):

a) **Programa Municipal de Qualidade e Produtividade** - Pioneiro no Brasil,<sup>47</sup> foi criado em abril de 1993 com o objetivo de melhorar a qualidade dos serviços públicos a partir do en-

---

<sup>46</sup> - Assim são chamadas as mulheres do bairro Goiabeiras, localizado na região continental de Vitória, que confeccionam painéis de barro, uma tradição que já dura 400 anos. Já as desfiadeiras reúnem-se na região de São Pedro para desfiar o siri que, depois, é vendido aos moradores e comerciantes locais. Ambos os grupos transformaram-se num dos símbolos da cidade e do Estado do Espírito Santo.

<sup>47</sup> O Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade (PBPQ) havia sido criado dois anos antes, para contribuir para a melhoria dos serviços públicos e apoiar as organizações públicas no processo de transformação gerencial, com ênfase na produção de resultados positivos para a sociedade, na otimização dos custos operacionais, na motivação e participação dos servidores, na delegação, na racionalidade no modo de fazer, na definição clara de objetivos

volvimento, capacitação e motivação dos funcionários municipais. Entre os seus projetos destacam-se os de qualificação dos servidores e de formação de equipes de qualidade para atuar nas estratégias prioritárias;

- b) **Orçamento Popular** - Herdado do governo anterior, foi aperfeiçoado e legitimado com o encaminhamento à Câmara Municipal do projeto de lei que institucionalizou o processo. Além da solenidade de abertura, anualmente eram realizadas assembléias que atingiam os 84 bairros da cidade. Executado em cinco fases, o programa garantia o investimento de 10% da receita municipal em obras destinadas aos bairros;
- c) **Planejamento Estratégico** - Estabeleceu a rotina do planejamento estratégico setorializado, envolvendo as gerências dos níveis alto e médio. Ao longo da gestão foram realizados nove seminários que definiram os projetos prioritários da administração e os recursos que deveriam ser empenhados para a sua realização. Ao final de 1995, o planejamento estratégico já era uma prática internalizada na Prefeitura Municipal de Vitória, e incluía a análise de conjuntura, os estudos técnicos e também pesquisas de opinião.

### 3.1- Repercussão dos resultados

Embora não fosse o objetivo de nossa análise, durante o exame da cobertura jornalística do *Vitória do Futuro* constatamos a grande freqüência com que os programas, as obras e iniciativas acima mencionadas foram temas de notícias e mesmo de cartas de leitores - sempre ressaltando os impactos positivos trazidos para cidade. Outra forma de aferir os bons resultados da administração Paulo Hartung e, principalmente, o clima de otimismo que precedeu à mobilização em estudo, foram os destaques nacional e internacional obtidos por Vitória em diferentes fóruns, também com grande repercussão na mídia local. Por exemplo:

- a) **Fevereiro de 1996:** Após quatro anos de debates, o Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente (Condeama), órgão de gestão que inclui a participação da sociedade civil, finaliza a redação da legislação ambiental da cidade. Entregue ao Prefeito Municipal, a proposta foi enviada à Câmara dos Vereadores em forma de projeto de lei. Após novas discussões e aperfeiçoamentos, foi aprovada em abril de 1997. Vitória foi a segunda cidade do Brasil a possuir um Código Municipal do Meio Ambiente;
- b) **Mai de 1996:** quatro projetos municipais (São Pedro, Cidadão Criança, Casa do Cidadão e Administração Estratégica) foram inscritos ao concurso Gestão e Cidadania, promovido pelas

---

e no controle dos resultados. Vitória foi o primeiro município a implantar o programa no nível local (ver <<http://www.planejamento.gov.br/gestao/mp/qualidade/index.htm>>).

Fundações Getúlio Vargas e Ford. Em um universo de 630 concorrentes, o Projeto São Pedro foi escolhido como uma das 10 melhores iniciativas de administração pública. Nos anos de 1997 e 1998, outros projetos do município de Vitória também ficaram entre os 10 finalistas (ver <<http://www.gv.br/ford/gpcindex.asp>>);

- c) **Junho de 96:** Concorrendo com outras 600 programas, o Projeto São Pedro foi escolhido como uma das 17 mais bem sucedidas experiências nacionais na resolução de problemas urbanos. A classificação garantiu ao projeto sua inclusão no Relatório Brasil enviado à Habitat II, estando entre as iniciativas que o País apresentou durante a Conferência da ONU;
- d) **Setembro de 96:** Vitória foi sede da 48ª Reunião Anual da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC). A PMV, que apoiou a realização do evento, foi convidada para relatar a experiência do Conselho Municipal de C&T e do Fundo de Apoio a C&T, criados em 1991 e sancionados em 1993 - até hoje uma das poucas iniciativas do gênero no Brasil, no âmbito das Prefeituras;
- e) **Setembro de 96:** no dia 25, a revista IstoÉ divulgou uma pesquisa, realizada pela IstoÉ/Brasmarket em 17 capitais brasileiras, que apontava o prefeito de Vitória como o de maior índice de aprovação popular, 91,4%, seguido por Jorge Viana (de Rio Branco-AC), com 90,6%. A revista credita a boa aceitação de Paulo Hartung, entre outros motivos, ao sucesso do Projeto São Pedro e ao grande investimento em educação. Uma semana antes, no dia 18, o jornal local *A Gazeta* havia anunciado o resultado de outra pesquisa, desta vez realizada pelo Instituto Ibope, onde a administração municipal obtinha 93,5% de aprovação (ver Anexo 2);
- f) **Outubro de 96:** o arquiteto e professor da Escola de Engenharia da Universidade Federal de São Carlos, Nabit Banduki, lança o livro *Habitat – as práticas bem sucedidas em habitação, meio ambiente e gestão urbana das cidades brasileiras*. A obra inclui algumas experiências em andamento na capital capixaba. Somente o capítulo *Vitória, desenvolvimento integrado e preservação do manguezal* mereceu 14 páginas.

De forma espontânea, todos os entrevistados julgaram importante referir-se a esses contextos - tanto o imediato, a gestão Paulo Hartung, como os mais remotos, no caso o governo Vitor Buaiz e os movimentos populares urbanos a partir da década de 70 - para explicar a convocação e a realização do *Vitória do Futuro*. Evidentemente, os moradores mais antigos avançaram em sua retrospectiva histórica. Responsável pela Coordenadoria de Comunicação Social da PMV durante parte da administração 1993-1996, o jornalista Sebastião Barbosa<sup>48</sup> avalia que a série de “administrações modernizadoras” garantiu uma cidade “diferenciada” das demais, com escolas

funcionando, contas em dia e eleitores participativos e exigentes. Sua conclusão: “o *Vitória do Futuro* só pode existir numa administração de vanguarda”. Na mesma linha, o jornalista e ex-assessor de imprensa do prefeito Paulo Hartung, José Antônio Martinuzzo,<sup>49</sup> considera que em 1996 a cidade havia “recuperado sua auto-estima” - graças às realizações daquele governo e do imediatamente anterior. Numa análise mais elaborada, mas coincidente com as declarações feitas pelos outros entrevistados, Martinuzzo afirma:

*Os eixos esclarecedores, os paradigmas que marcaram a diferença de Vitória em relação às outras cidades foram: a moralidade, a democratização e ampliação dos espaços de participação e a modernização da gestão pública, desde 1989. Antes, as administrações eram marcadas pelo clientelismo.*

Na leitura do ex-secretário municipal de planejamento estratégico, Haroldo Corrêa, as práticas e experiências anteriores dos movimentos sociais do município devem ser compreendidas como “tentáculos”. E foram eles que garantiram a participação de todos os segmentos organizados da população no processo de planejamento do futuro de Vitória.<sup>50</sup>

*Eu gosto de ressaltar isso: a Agenda 21 local é um momento chave na cidade, mas não é uma coisa isolada. Ela não foi construída por um mero impulso político, em determinado momento, sem sustentação. Ela nasceu de uma prática que a cidade vinha desenvolvendo e por isso teve essa adesão e a força que tem até hoje.*

Entre os técnicos que se integraram ao quadro da PMV durante o período Hartung, a tendência foi enfatizar os resultados daquele governo específico e, sobretudo, os benefícios da metodologia empregada. Por razões compreensíveis, o discurso e a memória oficial relativos ao *Vitória do Futuro* não fazem referências explícitas às lutas sociais ou às administrações anteriores. Contudo, ainda que vagas, é possível perceber algumas menções neste sentido nos artigos assinados pelo prefeito ou seus assessores e na versão final do plano. Na sessão de lançamento do projeto, por exemplo, Paulo Hartung anunciou que estavam dadas as “condições necessárias” para a discussão de “uma agenda de importâncias, com menos influência das urgências”. Já na entrega do documento, ele admitiu que iniciativa devia ser considerada resultado de um processo político-administrativo implantado em Vitória nos últimos anos, “propiciando as condições ne-

---

<sup>48</sup> - Em entrevista à autora no dia 10/05/2000

<sup>49</sup> - Em entrevistas à autora nos dias 11 e 24/05/2000 e 11/09/2001

<sup>50</sup> - Em entrevistas à autora nos dias 08/08 e 06/09//2000. Haroldo Corrêa foi Secretário Municipal do Planejamento durante parte da elaboração do *Vitória do Futuro*.

cessárias para que a cidade resolvesse suas urgências e pudesse despender energias com o seu futuro" (ver Anexos 1.1 e 1.2).

Foi, portanto, sob essas circunstâncias "especiais" - indicadores sociais positivos; aprimoramento dos mecanismos de gestão pública e da participação democrática; experiência na produção e discussão de diagnósticos técnicos para a tomada de decisões; resgate da auto-estima e da cidadania - que a população foi convocada para discutir e aprovar um planejamento de longo prazo para o município. Era o momento de enfrentar as demandas mais complexas ou difusas, mencionadas no capítulo anterior. O jornalista Martinuzzo descreve o "clima" da cidade naquele momento:

*Do ponto de vista da administração municipal, Vitória vivia uma grande mobilização dos setores populares, com o prefeito nas ruas, fazendo o dia-a-dia da cidade. Tudo o que você hoje vê, a atual configuração urbana, é daquela época. E os formadores de opinião e intelectuais foram convocados para tratar de assuntos que mexiam com o imaginário da cidade. Por exemplo, planejar o futuro.*

#### **4 - Organização e estrutura do *Vitória do Futuro***

Somente a partir do quadro anterior é possível compreender a concepção e organização do *Vitória do Futuro* e as suas estratégias de comunicação, que serão objeto de análise no próximo capítulo. A seguir, descreveremos os principais fatos e atores, os eventos públicos e a rotina interna da mobilização. Embora tenha sido oficializado no final 1995, durante um seminário interno da PMV, o projeto teve início meses antes, a partir da sugestão de um plano de longo prazo para a cidade, feita pelo então secretário municipal de planejamento Luiz Paulo Vellozo Lucas.<sup>51</sup> Na busca de um consultor *ad hoc* para o trabalho, ele fez contato com antigo colega do BNDES, Júlio Olímpio Fusaro Mourão, ex-coordenador do planejamento estratégico do órgão e especialista na elaboração da análise prospectiva.<sup>52</sup> Instrumento auxiliar que pode ou não ser

---

<sup>51</sup> Engenheiro de produção é funcionário de carreira do Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES), onde ocupou o cargo de chefe do planejamento. Entre 1985-1986 participou da equipe que elaborou o planejamento estratégico do órgão e os cenários para a economia brasileira. Foi Secretário Municipal de Planejamento de Vitória por poucos meses, em 1993, período em que implantou a prática de planejamento estratégico interno. Ao assumir a Secretaria, Luiz Paulo levou consigo uma equipe de técnicos oriunda do BNDES que teria importante papel no *Vitória do Futuro*. A influência desse grupo foi citada durante as entrevistas. Em 1996, após passar praticamente três anos afastado de Vitória, ocupando cargos técnicos no Governo Federal, em Brasília, foi eleito prefeito da capital.

<sup>52</sup>- Iniciativa pioneira em um órgão governamental, a prática de planejamento estratégico do BNDES, realizada entre 1983-1990, causou grande repercussão, sobretudo pela elaboração dos "cenários brasileiros" e alterou a política de desenvolvimento do País. Neste sentido ver a série de 12 artigos da Folha de S. Paulo, entre 15 de julho e 02 de agosto de 1994, sob o título de "O programa que mudou o Brasil", assinado pelo jornalista Luiz Nassif. O consultor Júlio Mourão descreveu o processo em artigo publicado na edição de dezembro de 1994 da Revista do BNDES, e durante a entrevista à autora em 05/09/2000.

agregado à técnica de planejamento estratégico, a análise prospectiva ou construção dos cenários marcou sobremaneira a discussão do plano de desenvolvimento de Vitória. Por essa razão achamos importante um breve comentário sobre esta metodologia:

*A idéia básica que inspira a análise prospectiva é a de que o futuro deve ser estudado com vistas a iluminar as ações no presente. Parte-se do pressuposto de que os futuros são múltiplos e incertos. Abandona-se, assim, o método de previsão clássica, que extrapola estatisticamente a experiência do trabalho e assume uma posição passiva ou adaptativa. A prospectiva, pelo contrário, permite uma atitude ativa e criativa em relação ao futuro, já que ele é construído pelos atores a partir de sua ação no presente (Mourão, 1994: 05).*

A elaboração dos cenários baseia-se em estudos consistentes onde se levam em conta, por exemplo, as tendências, as invariantes e os elementos envolvidos, objetivando prever os futuros possíveis e, a partir desse conhecimento, fazer a opção por um deles.<sup>53</sup> A metodologia compreende duas fases: a construção da base de dados e a dos cenários propriamente ditos. Na primeira é feito o detalhamento completo (qualitativo e quantitativo), dinâmico e exploratório dos mecanismos de mudança e dos atores. Assim, os cenários servem para descrever coerentemente a evolução "entre uma situação presente e um horizonte escolhido, impondo um desenvolvimento compatível com as hipóteses adotadas e, ao mesmo tempo, seguindo as tendências pesadas para as variáveis mais importantes do fenômeno reveladas na análise estrutural" (Mourão, s/d:12).

Nem sempre os cenários ganham imagens ou denominações de tanto impacto, como ocorreu em Vitória: *Salto do Marlin*, para o futuro desejável, e *Andar do Caranguejo*, para o inercial. Agregando valores comunicativos e mobilizadores à metodologia, Júlio Mourão explicou que as denominações dos cenários não devem ser técnicas, mas expressar algo que facilite a identificação e a empatia com os participantes. Além disso, o ideal é oferecer apenas duas alternativas contrastantes, cada uma delas associado a termos locais ou a movimentos de animais conhecidos:

*Se há três opções, a do meio sempre será a morna, a mais confortável. E não se deve dar a chance das pessoas optarem por ela. A finalidade do cenário é promover a mobilização, o debate, e não escamotear. Piracicaba, por exemplo, trabalhou com três cenários, que tinham nomes difíceis como: 'Vitória do Planejamento', 'A união faz a força'. São denominações que não têm o mesmo*

---

<sup>53</sup> - Os tipos de cenários, segundo Mourão: **Tendencial**, corresponde ao curso esperado dos eventos, levando-se em conta as tendências implícitas na situação inicial; **De contraste**, aqui ocorre exploração de um tema propositadamente extremo, criando um curso de eventos pouco plausível; **Normativo**, após estabelecer o futuro desejável, cuja viabilidade e condições para realização são estudadas, segue-se o caminho inverso, do futuro para o presente.

*impacto, não carregam a mesma imagem. Os movimentos de animais são muito melhores. Tanto que o marlin virou símbolo da cidade.*<sup>54</sup>

Segundo Júlio Mourão, a conversa inicial com Luiz Paulo Vellozo tratou de avaliar os vários aspectos do planejamento estratégico no nível municipal e as experiências semelhantes no Brasil e no exterior. A participação da população em todas as fases do planejamento representava um avanço para a época, quando confrontada às iniciativas precursoras ou mesmo à prática administrativa da cidade. Tampouco havia muitos antecedentes em relação à elaboração dos cenários.<sup>55</sup> Por isso, tratava-se de construir um caminho a partir de poucas referências, já que, naquele momento, ainda não havia uma conexão estabelecida com a Agenda 21 local, o que só ocorreria após alguns meses de trabalho. Confirmado como consultor do projeto, a partir do segundo semestre de 1995 ele passou a se reunir com a equipe da PMV para discutir a organização das atividades e, sobretudo, capacitá-la na utilização da metodologia de análise prospectiva.

A estrutura básica para a execução dos trabalhos do *Vitória do Futuro*, sua sustentação administrativa e metodológica, ficou a cargo da Companhia de Desenvolvimento de Vitória (CDV).<sup>56</sup> Assim, a presidente do órgão, Lília Mello, assumiu o cargo de secretária executiva do projeto. Para a coordenação geral foi criado o Grupo Permanente, formado pelo secretário municipal de planejamento, a presidente da CDV, a coordenação da equipe técnica e três consultores locais, além de Júlio Mourão. O Grupo Prospectivo (constituída pelo Grupo Permanente e mais cinco especialistas) era responsável pela síntese dos resultados dos estudos técnicos, das visitas, das reuniões temáticas e plenárias e de outras colaborações. Além disso, era encarregado da preparação dos documentos preliminares apresentados ao Conselho Municipal. A redação final do plano ficou a cargo do consultor *ad hoc*. Outras duas equipes, a técnica e a administrativa-financeira (que contava com vários integrantes do Grupo Permanente), assumiram as tarefas burocráticas do planejamento.

---

<sup>54</sup> - Em seu depoimento, o consultor também relatou a experiência da África do Sul, onde um grupo de pensadores elaborou quatro cenários possíveis para o país, com nomes de grande apelo poético e expressividade. O melhor cenário, aquele previa o *apartheid*, foi denominado “vão do flamingo” e os outros “ícaro”, “pato manco” e “cabeça de avestruz”.

<sup>55</sup> - Segundo Mourão, em 1996 só a cidade de Barcelona havia incluído a elaboração dos cenários em seu processo de planejamento.

<sup>56</sup> - Empresa pública criada em 1980 pela PMV, sob a forma de sociedade por ações. Suas atividades incluíam o assessoramento, promoção de estudos e projetos visando o desenvolvimento urbano; contratação de entidades de direito público ou privado, de empréstimos ou gestão de recursos oriundos da ajuda externa. Com a coordenação da CDV, buscava-se garantir a independência política do *Vitória do Futuro*, facilitando parcerias e recursos.

Após a previsão do orçamento para a realização das atividades, a CDV e a Prefeitura Municipal buscaram o apoio do setor privado para financiar os gastos com infra-estrutura, pessoal, mídia e eventos. A Companhia Siderúrgica Tubarão (CST) foi a primeira a ser contatada ofereceu R\$ 250.000,00 com a garantia de que seria o único patrocinador. Porém, conforme relatou Lília Mello,<sup>57</sup> logo após o seminário de abertura ela foi procurada pelo presidente da CST que, reconhecendo a importância da iniciativa, abriu mão do privilégio da exclusividade para que outras empresas também pudessem participar.

No total, outros 10 dez grupos apoiaram o *Vitória do Futuro*: Companhia do Vale do Rio Doce (R\$ 99,9 mil), Aracruz Celulose (R\$ 69,7 mil), Sindiox (R\$ 44 mil), Xerox do Brasil (R\$ 50 mil), Escelsa (R\$ 17,3 mil), Sinep (R\$ 19,5 mil), Telest (R\$ 40 mil); Sindicom (R\$ 5,4 mil), Sebrae (R\$ 5 mil), Setepes (R\$ 10 mil). A Companhia de Desenvolvimento de Vitória participou com R\$ 49,3 mil e a Prefeitura Municipal com R\$ 101,3 mil.<sup>58</sup> O apoio dessas organizações garantiu não apenas os recursos financeiros necessários para a execução do projeto - frequentemente um dos obstáculos para a implementação das Agendas locais (Novaes, 1998) - mas, ainda, a co-responsabilidade entre a administração municipal e um importante segmento de atores, os empresários.

Outra importante decisão dessa fase inicial referiu-se ao cronograma: como o projeto contava com financiamento do setor privado, foi necessária uma definição clara de etapas e prazos. O fato de ser o último ano da administração Paulo Hartung também foi decisivo neste sentido, e o mês de setembro foi escolhido como data limite para a finalização dos trabalhos. Haveria, assim, tempo suficiente para apresentar o planejamento à Câmara Municipal e, eventualmente, aprovar as propostas para o ano seguinte. O período de sete meses para a construção de um plano de desenvolvimento para o município, através de um debate democrático, estabeleceu outro diferencial do *Vitória do Futuro* em relação às experiências semelhantes. Barcelona, por exemplo, havia dedicado três anos à definição de um planejamento estratégico local.

Já no Brasil, o Rio de Janeiro elaborou o seu plano de desenvolvimento entre 1993-1995, também com a ajuda de um conselho popular e da iniciativa privada. Contudo, como havia sido dado pouco enfoque aos princípios da sustentabilidade, logo após a aprovação do plano, um

---

<sup>57</sup> - Entrevista concedida à autora no dia 21/06/2000.

<sup>58</sup> - Dados da CDV, do *Quadro Geral das despesas realizadas por mês, segundo fonte e total, no período de dezembro/95 a setembro/96*. Os valores aparecem aproximados.

grupo de atores civis constituiu uma comissão pró-Agenda para definir um novo projeto que levasse em conta essas questões. Em 1996, a discussão da Agenda 21 local da cidade de São Paulo já completava dois anos, porém com uma participação popular muito mais restrita (Brasil, 1997). A partir dessas considerações, podemos propor que a iniciativa mais próxima à de Vitória - até mesmo pelos seus antecedentes - foi a de Porto Alegre que, no entanto, só teve início em junho de 1996, ou seja, meses após o lançamento do *Vitória do Futuro*.

#### **4.1 - Estudos, pesquisas, reuniões públicas e concurso de redação**

A produção de informações, dados e indicadores que sirvam de base sólida para a tomada de decisões é uma das principais ferramentas do desenvolvimento sustentável (Agenda, cap. 40). Porém, no Brasil, sobretudo no nível local, falta tradição de auditorias internas, de estudos consistentes para auxiliar na definição de políticas e estratégias de ação. Novaes (1998:11) lembra que a Agenda 21 é um processo de planejamento que deve ser monitorado continuamente, e a sua elaboração pressupõe "um quadro do estado atual, que forneça os subsídios para o estabelecimento de objetivos e metas e sirva como parâmetro para a avaliação do processo". Por isso, é importante compreender como foram preparados os estudos que nortearam as discussões e decisões do *Vitória do Futuro*.

O projeto foi previsto para desenvolver-se em três fases que, basicamente, correspondiam às etapas do planejamento estratégico: diagnóstico, análise prospectiva e definição de propostas. O trabalho iniciou-se com a definição, pela equipe coordenadora, dos subsistemas e variáveis relevantes para a cidade. A escolha desses tópicos baseou-se em uma pesquisa pública de opinião junto à população da cidade e nos dados da própria Prefeitura Municipal. Assim, foram solicitados trabalhos que revelassem o estado da arte nas seguintes questões:

- **Estudos básicos:** Vitória nos contextos nacional e internacional, Vitória nos contextos metropolitano e estadual, Uso e ocupação do solo urbano e Perfil demográfico
- **Estudos temáticos:** Sistema Portuário, Turismo, Transporte e Trânsito, Centro de Vitória, Vocações Econômicas e Empregos, Ação Social, Educação, Saúde, Segurança, Meio Ambiente, Habitação, Cultura, Comunicação, Tecnologia da Informação, Esportes

Para abordar cada um dos temas, foram contratados 21 profissionais das universidades e empresas de consultorias locais. Alguns deles organizaram pequenas equipes e, ao final, 38 pessoas participaram da elaboração de três produtos: a) Diagnóstico, b) Cenários inercial e desejável, e c) Projetos e diretrizes para cada um dos setores. Na etapa de contratação e treinamento

dos especialistas, ficou estabelecido que todos os estudos produzidos seriam submetidos à dois fóruns: um Conselho Municipal especialmente criado para o *Vitória do Futuro* e as reuniões temáticas, quando conselheiros e outros convidados poderiam debater e opinar sobre os trabalhos. Assim, o planejamento estratégico de Vitória cumpria outro dos requisitos da Agenda 21: a produção das informações necessárias para sua consecução deve ser resultado de um processo participativo, que envolva as comunidades na sua elaboração, conforme ressalta Novaes (1998).

A participação da população foi oficializada através da criação do Conselho Municipal do *Vitória do Futuro* pelo Decreto Municipal n.º 9810. A convocação de um conselho consultivo e deliberativo visava “dar sustentação política ao projeto, através da apresentação das demandas e das oportunidades da sociedade, permitindo a ativa participação na definição e no desenho do futuro da cidade”, detalha o anteprojeto que definiu os objetivos e a metodologia do planejamento. A escolha dos membros do Conselho baseou-se nos bancos de dados da própria PMV que, conforme descrevemos, contava com uma ativa presença dos cidadãos em vários órgãos colegiados.

O relatório final do projeto traz os nomes dos 359 conselheiros do *Vitória do Futuro*.<sup>59</sup> Da área política, todos os Vereadores da capital foram convidados a fazer parte do Conselho, indiferentemente de seus partidos. Os convites estenderam-se às lideranças políticas da região metropolitana: Prefeitos, responsáveis pelas Secretarias Municipais que tivessem ligação com as questões discutidas no projeto, além dos presidentes das Câmaras de Vereadores e comissões. Também foram convidados o Governador e os Secretários de Estado; o presidente Assembleia Legislativa e uma comissão de Deputados Estaduais; todos os Deputados Federais e Senadores. As empresas mais influentes, os sindicatos patronais, assim como os dos trabalhadores, as associações e os movimentos populares, foram contatados para que indicassem seus representantes.

Houve, ainda, um grande esforço para envolver a Universidade Federal do Espírito Santo, a mais importante do Estado. Além de vários dos pesquisadores da instituição integraram o Conselho, os centros e departamentos eram convidados, sistematicamente, a participar das reuniões (no Anexo 20 reproduzimos uma das cartas dirigida a esse setor). Foi a seguinte a distribuição dos membros do Conselho, de acordo com as áreas que representavam.

---

<sup>59</sup> - Encontramos uma pequena variação em relação ao total de conselheiros. As folhas de presenças nas reuniões plenárias e o relatório final referem-se a 359 - dado que utilizamos como base para as nossas análises. Já a Tabela 1 refere-se a 351 conselheiros, e assim foi mantido por tratar-se de uma transcrição.

**Tabela 1****Origem dos membros do Conselho Municipal *Vitória do Futuro***

<b>Origem</b>	<b>Número absoluto</b>	<b>%</b>
Empresa	50	14,25
Organização profissional (trabalhadores)	33	9,40
Organização comunitária ou filantrópica	103	29,34
Governo	39	11,1
Legislativo	52	14,82
Universidade	25	7,12
Cultura	23	6,55
Outros	26	7,41
Total	351	100,00

Fonte: Relatório do *Vitória do Futuro*<sup>60</sup>

A elaboração da Agenda 21 local de Vitória contou, ainda, com pesquisas realizadas por uma empresa privada que realizou sondagens de opinião junto à população, conselheiros e servidores municipais. Atividades nas escolas, envolvendo professores e estudantes, ampliou a participação na mobilização. Foram esses, portanto, os subsídios oficiais que nortearam as discussões e decisões do plano de desenvolvimento: as consultas, as reuniões do Conselho Municipal, os estudos dos especialistas e o concurso de redação. O Anexo 3.1 reproduz o fluxograma que detalha as várias fases do processo. Inicialmente, o Grupo Permanente previu a realização de três sessões plenárias, coincidindo com as etapas do planejamento. Porém, com o início dos trabalhos, atividades não previstas inicialmente garantiram a adesão de setores diferenciados. Entre elas estão os lançamentos dos livros *Novo Arrabalde* e *Escritos de Vitória - Vitória do Futuro*, a produção de artigos para a imprensa local e as reuniões temáticas.

## **5 - Principais eventos**

Descrevemos a seguir, por ordem cronológica, os principais eventos públicos que marcaram o *Vitória do Futuro*. Como se trata de perceber quais elementos garantiram a mobilização da comunidade, indicamos, ainda, aqueles que não apareciam no cronograma oficial do projeto. No Anexo 3.2, uma relação mais detalhada que inclui as reuniões internas do Grupo Prospectivo e as visitas às empresas ajuda-nos a compreender a rotina das atividades e, sobretudo, os esforços para a construção dos fluxos de informações e sentidos comuns a todos os participantes.

---

<sup>60</sup> - De acordo com a relação nominal dos conselheiros, os representantes dos Poder Judiciário aparecem tanto na categoria 'Executivo' como na 'Legislativo'. Desta última constam vereadores municipais, deputados estaduais e federais, além dos senadores do Estado.

#### **a) 29/02/1996 - Seminário de abertura**

Realizada no Tribunal de Contas, com 280 lugares, a abertura da sessão foi feita pelo prefeito Paulo Hartung. Em seguida houve a apresentação da metodologia de trabalho, pelo ex-secretário municipal de Planejamento Luiz Paulo Vellozo. Na mesma ocasião, o responsável pelo plano estratégico de Barcelona, Manuel de Fòrn y Foxà, realizou uma conferência quando relatou a experiência da cidade catalã. O evento marcou a posse do Conselho Municipal do *Vitória do Futuro*. Foram registradas a presença de 380 pessoas.<sup>61</sup> Os conselheiros receberam uma pasta contendo bloco, régua, caneta e camiseta, todos com a logomarca do projeto (também estampada nas faixas e *banners* instaladas no local do encontro). E, além disso, um questionário que buscava subsídios para a próxima fase: o Diagnóstico da cidade. Um sistema de recolhimento das respostas foi organizado pelo Instituto Futura Consultoria e Pesquisa – empresa responsável pelos levantamentos - e mantido nas fases seguintes. Durante o encontro, foi anunciada a realização do concurso de redação.

#### **b) 28/04/96 - Lançamento do livro Escritos de Vitória - Vitória do Futuro**

Após a publicação de outros 13 volumes sobre a história e o cotidiano da cidade, a série *Escritos de Vitória*, da Secretária Municipal de Cultura e Turismo, lançou o livro *Vitória do Futuro*, no Espaço de Artes da Xerox do Brasil. A proposta era tratar do futuro “mas não sem falar do passado e do presente”, como esclarece a introdução. As 147 páginas da obra reúnem crônicas, ilustrações e poemas de 20 autores locais, entre eles alguns membros do Conselho Prospectivo.

#### **c) 02/05/1996 - Lançamento do concurso de redação**

Com o tema “A Vitória que queremos em 2010” e o objetivo de estender a discussão do projeto até as escolas, foi organizado um concurso de redação para os alunos de 5ª a 8ª série e Ensino Fundamental das redes pública e privada. Sob a coordenação da Secretaria Municipal de Educação e patrocínio da Companhia Siderúrgica Tubarão, o concurso foi lançado em uma solenidade especial realizada na Escola Municipal de 1º Grau Izaura Marques da Silva, contou com campanha publicitária própria, veiculada na mídia impressa e televisiva, além da sessão de entrega dos prêmios. O certame envolveu 1.300 estudantes de 29 escolas públicas e 27 privadas, além dos professores.

---

<sup>61</sup> - Dados do relatório da CDV: *Evolução da participação dos conselheiros, funcionários da PMV e convidados*. O levantamento baseou-se na assinatura nas folhas de presença, o que sugere que o número de presentes pode ser maior.

#### **d) 14/05/96 - Primeira reunião plenária do Conselho Municipal – Tema: Diagnóstico**

Realizada em duas salas de cinema do Shopping Vitória, cuja capacidade total é de 558 lugares. Compuseram a mesa de abertura o Prefeito Municipal de Vitória; os presidentes do Tribunal de Contas, do Tribunal de Justiça, da Assembléia Legislativa, do Conselho Municipal *Vitória do Futuro*, da Companhia Siderúrgica Tubarão (representando os patrocinadores), e da CDV; o Secretário Municipal de Planejamento; e Júlio Mourão (em nome dos consultores). Estiveram presentes 324 pessoas.

De acordo com os registros da ata, 30 funcionários da PMV estiveram envolvidos na recepção. Os conselheiros eram conduzidos a uma das sete mesas reservadas para a assinatura das folhas de presença, onde também recebiam as pastas. Do material distribuído constava o formulário de consulta sobre tema e horário adequados para a primeira reunião temática, o livro *Escritos de Vitória – Vitória do Futuro* e o segundo questionário, cujo objetivo era colher dados sobre os dois cenários possíveis para a cidade. Além disso, foi entregue a versão preliminar do Diagnóstico, para apreciação do Conselho. Os demais convidados também registravam a presença, em folhas específicas, e recebiam o material.

Os participantes se dividiram em duas salas contíguas, conforme a ordem de chegada. Duas câmaras geraram sinais de áudio e vídeo para telões que transmitiram as apresentações para uma das salas e também para a praça de alimentação do shopping. Os trabalhos desta sessão iniciaram-se com a retrospectiva dos objetivos e metodologia do *Vitória do Futuro* e esclarecimentos daquela etapa específica. Antes da apresentação e debate do Diagnóstico, foram exibidos os resultados da pesquisa sobre o tema, realizada com conselheiros, servidores e a população.

Como a versão preliminar do Diagnóstico refletia não apenas a opinião dos especialistas, mas também os resultados das consultas e colaborações adicionais, foi aprovada sem alterações. Um intervalo, com lanche oferecido pela organização, possibilitou maior interação entre os presentes e novos debates, como relataram vários entrevistados. Essa mesma rotina - recepção e registro dos convidados, esclarecimentos metodológicos de cada etapa e os objetivos, exposição dos resultados da pesquisa e da versão preliminar daquela fase, além da distribuição de novo questionário - foi registrada nos encontros seguintes.

#### **e) 22/05 - Lançamento de *Novo Arrabalde***

Publicado com o patrocínio da Prefeitura Municipal de Vitória, da Secretaria Municipal de Cultura e do Banco Santos Neves, o livro *Novo Arrabalde* foi lançado no Museu Solar Jardim, um espaço tradicional da cidade. De autoria do engenheiro e professor da UFES, Carlos Teixeira de Campos Júnior – também um dos especialistas contratados para a elaboração dos estudos - a obra recupera a história do primeiro plano de urbanização da cidade, realizado exatamente 100 anos antes.

#### **f) 04/06 - Primeira rodada de reuniões temáticas – Tema: Diagnóstico/Cenários**

Realizadas no espaço do Senac-Av. Beira Mar, contaram com uma solenidade de abertura e composição da mesa idêntica às das sessões plenárias. O objetivo das reuniões temáticas era aprofundar cada um dos temas setoriais em grupos de discussões específicos. Os conselheiros inscreveram-se de acordo com seu(s) interesse(s). Transformaram-se nos grandes fóruns de debate: era quando ocorriam as discussões e deliberações que mais tarde seriam homologadas nas plenárias. Participaram dessa primeira rodada 468 pessoas, entre conselheiros (51,47%), funcionários municipais com cargos comissionados (29,41%) e outros convidados (19,12%).

Os próprios especialistas coordenavam as reuniões, com a ajuda de relatores. Nesses encontros, os consultores deviam relatar o resultado de seus estudos, submetendo-os à discussão. De acordo com as atas, em pelo menos cinco grupos os responsáveis pelos temas não estiveram presentes na ocasião. Nesses casos, os debates ocorreram após as apresentações feitas por um substituto ou sem introdução prévia. Para cada um dos grupos foi produzido um relatório do qual constavam: dados gerais (tema, nome do consultor, coordenador, relator; principais pontos do trabalho apresentado; discordâncias e contribuições dos participantes. Para a coordenação dos temas mais polêmicos, os especialistas contaram com o auxílio dos membros do Grupo Permanente.

#### **g) 02/07 - Segunda reunião plenária do Conselho Municipal – Tema: Cenários**

Realizada nas salas de cinema do Shopping Vitória com a presença registrada de 520 pessoas e composição da mesa idêntica aos eventos anteriores. No encontro foram apresentados os dois futuros possíveis para a cidade em 2010: o desejável e o inercial. Os conselheiros receberam, naquela oportunidade, o questionário referente à terceira e última etapa: Estratégias e projetos prioritários. Foi realizada, ainda, uma nova consulta sobre a preferência de grupos, datas e

horários para a segunda rodada de reuniões temáticas. As atas das reuniões internas indicam que a elaboração dos cenários foi o item que demandou maior tempo dos coordenadores e especialistas: 30 horas, entre a apresentação da metodologia, debates dos temas isolados e redação do documento preliminar.

#### **h) 11/07 - Solenidade de entrega dos prêmios do concurso de redação**

Realizado no auditório da Rede Gazeta - maior empresa de comunicação do Estado - teve a participação de 125 pessoas entre alunos premiados, professores, diretores da escola e outros convidados. Compuseram a mesa o Prefeito Municipal, a presidente da CDV, o Secretário Municipal de Planejamento e o de Educação, além dos representantes das empresas patrocinadoras. Os autores das três melhores redações (e de um poema que recebeu uma menção especial) e seus respectivos professores receberam prêmios e as obras finalistas foram incluídas na versão final do *Vitória do Futuro*.

#### **i) 24/07 - Segunda rodada de reuniões temáticas - Tema: Estratégias e projetos**

Realizadas no Senac-Beira-Mar com a abertura feita pelo Prefeito Municipal (não há maiores indicações da composição da mesa) e a presença de 348 pessoas, seguiram a mesma dinâmica do encontro anterior. O objetivo das reuniões era discutir as propostas finais que constariam do plano e, segundo os depoimentos, nesta fase manifestaram-se claramente as tendências e visões distintas dos vários setores da cidade. Questões como ‘Transporte e Trânsito’, que envolviam também os interesses de empresas, geraram acirrados debates. Estavam presentes, por exemplo, representantes de empresas de construção exercendo *lobbies* para aprovar projetos de grandes obras e ambientalistas defendendo a conservação dos ecossistemas locais. Nos casos dos temas mais polêmicos, foram realizadas sessões extras, já que as conclusões e propostas eram definidas por consenso e não por votação.

#### **j) 10/08 - Terceira reunião plenária do Conselho Municipal – Tema: Estratégias e projetos**

Realizada nas salas de cinema do Shopping Vitória, com idêntica composição da mesa e 500 participantes. Após os esclarecimentos e explanações de rotina, foi apresentada a versão preliminar do capítulo Estratégias e projetos, baseada nos resultados da Reunião Temática, pesquisas e estudos dos especialistas. A relação foi aprovada pelos conselheiros.

### **k) 08/09 - Sessão solene de entrega do Plano Estratégico**

Realizada na Teatro Carlos Gomes, no centro de Vitória, com a participação de aproximadamente 1.200 pessoas. A mesa foi composta pelo Governador do Estado; o Prefeito Municipal; os presidentes da Câmara Municipal, da CDV e do Conselho Popular de Vitória; o Secretário Municipal de Planejamento e os representantes das igrejas, dos consultores, dos patrocinadores e do setor de exportação. Após os discursos oficiais das autoridades e a apresentação do projeto por Júlio Mourão, foi feita a entrega simbólica do plano ao Governador e aos vencedores do concurso de redação. Na ocasião, os estudantes fizeram a leitura de seus trabalhos.

Telões instalados no exterior do teatro transmitiram a sessão para os transeuntes e convidados. Toda a região circunvizinha à Praça Costa Pereira, onde se localiza o teatro, foi isolada. Foram providenciadas a limpeza da Escadaria São Diogo e das ruas próximas; a recuperação dos jardins e a instalação de micro-lâmpadas nas árvores da praça; a delimitação de áreas especiais para estacionamento; e a colocação de *banners*, faixas e tapete vermelho para as autoridades. A organização também tratou de atribuir um caráter festivo e popular à entrega do plano. Assim, a programação, com atividades mais solenes no interior do teatro, estendeu-se à praça, com a apresentação da Orquestra Municipal e dos corais da Companhia Siderúrgica Tubarão e da Companhia Vale do Rio Doce. Além dos números artísticos, aconteceram, ainda, show pirotécnico e buzinação dos rebocadores no Porto de Vitória.

### **5.1 - O documento final**

Ao longo de sete meses de trabalho foram produzidos 2.230 páginas de estudos sobre a cidade.<sup>62</sup> A Agenda 21 local de Vitória, denominada *Vitória do Futuro – Plano Estratégico da Cidade 1996-2010*, contém as 68 estratégias e os 130 projetos aprovados pelo Conselho. Publicada em papel *couché*, no formato livro (19 x 27 cm), com 113 páginas e uma tiragem de 5 mil exemplares,<sup>63</sup> está dividida nos seguintes capítulos:

- *Como está Vitória*: apresenta o Diagnóstico da cidade;
- *Como planejar o futuro de Vitória*: detalha a metodologia empregada;

---

<sup>62</sup> - O período é um pouco maior se considerarmos que os especialistas foram contratados antes do início das reuniões públicas.

<sup>63</sup> - Dados referentes à primeira edição. No início de 1997 foi providenciada uma nova tiragem, mas não foram encontradas indicações sobre a quantidade.

- *Para onde vai Vitória*: descreve os cenários ‘inercial’ e ‘ideal’. Os capítulos do Diagnóstico e dos Cenários apresentam a síntese dos estudos básicos realizados pelos especialistas (já com a incorporação dos resultados dos debates e pesquisas);
- *Que esforços deve realizar Vitória*: relação das estratégias e projetos a serem implementadas nas diversas áreas, com o objetivo de alcançar o futuro desejado;
- *Quem planejou Vitória*: relação dos conselheiros, especialistas contratados, membros dos Grupos Permanente e Prospectivo, das equipes técnica e administrativa-financeira e colaboradores (nesta ordem);
- Íntegra das redações premiadas no concurso.

## 6 - Implementação e desdobramentos

Há uma certa dificuldade de precisar quando, exatamente, o *Vitória do Futuro* foi reconhecido como Agenda 21 local. Segundo Júlio Mourão, isso ocorreu já na primeira reunião plenária, a partir do reconhecimento das coincidências de objetivos e metodologias entre ambos. Na ocasião, o consultor teria apresentado um breve histórico da Conferência do Rio e o conceito de Desenvolvimento Sustentável. Mas a relação entre os dois projetos já havia sido discutida anteriormente com os Grupos Permanente e Prospectivo e também com Luiz Paulo Vellozo e o próprio Prefeito Municipal e todos concordaram que se tratava de propostas semelhantes.<sup>64</sup> Porém, o nome *Vitória do Futuro* foi mantido pois, de acordo com o consultor, “já estava consagrado, era mais forte e sugestivo”.

É bastante provável que as conclusões da CNUMAD, com sua ênfase na ação local e nas cidades sustentáveis, fossem conhecidas pelos membros da coordenação e pelos próprios especialistas. Lília Mello, por exemplo, confirmou um certo envolvimento com a Conferência, já que trabalhava no BNDES quando o órgão sediou parte do evento. Já a publicitária responsável pela criação da campanha de lançamento e o logotipo do projeto, Paula de Almeida<sup>65</sup>, mencionou ter participado de algumas reuniões que trataram da Agenda 21. Mas, segundo ela a idéia do algarismo '21', que aparece na logomarca do *Vitória do Futuro*, referia-se ao século seguinte e não à proposta aprovada em 1992.

---

<sup>64</sup> - Júlio Mourão atribuiu a si próprio a "descoberta" da coincidência das propostas e metodologias entre o *Vitória do Futuro* e a Agenda 21 local – que teria ocorrido durante um encontro promovido pelo ICLEI para tratar dessa última, no qual participou com funcionários da Secretária Municipal de Meio Ambiente de Vitória. Embora em sua entrevista ele afirme que a apresentação das semelhanças e a oficialização do processo como Agenda 21 local tenha ocorrido na Primeira Reunião Plenária do Conselho, as únicas referências neste sentido aparecem na ata de uma reunião do dia 22 de julho, entre o Grupo Permanente e os especialistas.

<sup>65</sup> - Entrevista concedida à autora no dia 28/06/2000.

No entanto, não foi solicitado aos especialistas que eles dessem ênfase especial ao meio ambiente em seus estudos, já que o objetivo era justamente ampliar a discussão - explica Lília Mello. Todavia, parece certo que houve uma crescente relevância desse aspecto, seja pela ativa participação dos ambientalistas, presentes em vários grupos temáticos, seja pela transformação do projeto em Agenda 21 local. Casual ou não, essa situação acabou consolidando a integração intersetorial durante o planejamento de Vitória, o que também foi uma das propostas da Conferência do Rio. De todas as formas, na introdução do plano final fica estabelecida definitivamente a relação entre ambas iniciativas:

*O projeto Vitória do Futuro representa um passo fundamental para a implementação da Agenda 21 local em Vitória, pelo envolvimento de parcerias com a sociedade, pela integração das políticas públicas objetivando o desenvolvimento com justiça social e melhor qualidade de vida no presente, sem comprometer o futuro (Vitória, 1996c: 03).*

No final de 1997, a Secretaria Municipal do Meio Ambiente lançou o livro *Agenda Vitória do Futuro* (Kranz & Mourão, 1997) para divulgar o plano estratégico da nova administração, cuja base eram exatamente as propostas aprovadas no ano anterior (ver Anexo 4.1). Os dois capítulos iniciais da publicação discorrem sobre o conceito e o objetivo do desenvolvimento sustentável, a Conferência do Rio e a própria Agenda. Já a segunda parte da obra, onde estão detalhados os projetos prioritários do quadriênio seguinte, intitula-se *A implantação da Agenda 21 local*. Com a aprovação do plano, escreveu o prefeito Luiz Paulo Vellozo à guisa de introdução, Vitória assumia uma "posição de vanguarda no cenário nacional, comprometendo-se com o lema da Agenda 21 Global 'pense globalmente, aja localmente'."

Portanto, foi com a identidade de Agenda 21 local que o projeto *Vitória do Futuro* foi divulgado, principalmente para o público externo, com exemplo de boa prática. Os fatos demonstram que, aos poucos, ocorreu a capitalização da identidade de *Agenda* sobre a de *planejamento*. Em um mundo globalizado, com grandes pressões em prol da sustentabilidade e as cidades competindo entre si na busca de recursos e investimentos (que muitas vezes estão atrelados aos avanços nas áreas sócio-ambientais) é compreensível essa mudança de enfoque. Na sociedade espetáculo, as cidades também precisam *espetacularizar-se*. E assim, a partir de 1996, a PMV investiu cada vez mais na imagem de um município que oferece qualidade de vida aos seus habitantes (e lucro aos investidores) graças, entre outras coisas, ao cumprimento das diretrizes de sua Agenda 21 local, o *Vitória do Futuro*.

Se vários depoimentos chamaram a atenção para os antecedentes da mobilização ocorrida em 1996 e, neste sentido, o Projeto São Pedro é reconhecido como seu precursor direto,<sup>66</sup> eles também apontaram para os seus desdobramentos. Um deles, segundo a ex-coordenadora técnica do *Vitória do Futuro*, Madalena de Carvalho Nepomuceno,<sup>67</sup> é o Projeto *Terra - Projeto Integrado de Desenvolvimento Social, Urbano e Preservação Ambiental nos Assentamentos de Baixa Renda*. Essa mesma avaliação em relação ao *Terra* foi feita por Júlio Mourão, enquanto vários conselheiros preferiram referir-se à iniciativa como uma das provas da implementação das deliberações de 1996.

Concebido na primeira gestão de Luiz Paulo Vellozo, o *Projeto Terra* é decorrente de uma das propostas do plano estratégico para o período 1996-2010: o combate à pobreza. O seu principal enfoque é a promoção dos moradores das áreas desordenadamente ocupadas, especialmente nos morros e na orla da baía, para que eles desfrutem dos mesmos índices de qualidade de vida do restante da cidade. Madalena Nepomuceno, atual coordenadora do projeto, explica que ele funciona com uma metodologia específica de planejamento, neste caso, uma inversão daquela utilizada em 1996: após o diagnóstico do território traça-se um plano de intenções e, por fim, um plano de execução de ações integradas entre os vários órgãos municipais – sempre com a participação dos moradores. Evita-se, assim, a abordagem temática como ocorreu no *Vitória do Futuro*, cujos resultados podem ser propostas ou políticas públicas setorializadas, que terminam por não potencializar algumas questões, segundo a coordenadora.

Reeleito em 2000 com 68,56% dos votos válidos, Luiz Paulo Vellozo freqüentemente refere-se ao *Vitória do Futuro* em suas falas públicas e menciona a oposição entre o andar do caranguejo e o salto do marlin.<sup>68</sup> O peixe passou a ser um símbolo da capital, representando uma cidade competitiva com alta qualidade de vida (Kranz & Mourão, 1997:26). A Agenda 21 local de Vitória segue disponível no site oficial da PMV (<<http://www.es.gov.br>>), inclusive com uma versão em inglês. Como vimos, as propostas aprovadas em 1996 serviram de base para a definição do planejamento estratégico do período 1997-2000 e, também, para a segunda administração de Vellozo, quando iniciou-se a revisão do *Vitória do Futuro* (ver Anexos 4.2 e 4.3). Desde

---

<sup>66</sup> - Essa referência apareceu em algumas entrevistas, mas também está explícita no caderno *Agenda 21 - Vitória do Futuro* (Kranz & Mourão, 1997).

<sup>67</sup> - Entrevistas concedida à autora nos dias 11/04, 18/09/2000 e 12/09/2001.

<sup>68</sup> - Tanto na reunião com o Conselho Municipal para o balanço de sua primeira gestão como no lançamento da revisão do *Vitória do Futuro*, tivemos a oportunidade de ouvi-lo repetir a metáfora e reafirmar a necessidade das opções. Vários entrevistados também referiram-se ao "exemplo do marlin citado pelo prefeito", para justificar sua participação.

1997, o *Projeto Terra* é uma das prioridades do governo municipal e, pela quarta administração consecutiva, segue o premiado *São Pedro*.

É possível pensar que tal fidelidade às propostas do *Vitória do Futuro* deve-se ao fato do sucessor de Paulo Hartung ter sido o mentor da idéia, além de seu candidato oficial. Evidentemente, houve um ‘ganho político’ para os idealizadores do projeto (Paula de Almeida, Júlio Mourão e José Luiz Orrico, por exemplo, comentaram esse fato). Porém, a legitimidade alcançada foi mais significativa: "podia-se questionar o uso político que seria feito dele, mas ninguém questionou o processo e seus resultados", afirmou José Antônio Martinuzzo. Segundo Lília Mello, os nove candidatos que concorreram ao cargo de chefe do executivo municipal em 1996 solicitaram a versão final do plano. Ela contou, ainda, que um deles chegou a agradecer publicamente o envio dos resultados, além de elogiar a iniciativa. Outra prova da legitimidade obtida, encontramos em uma entrevista publicada no jornal *A Gazeta*. Nela, a principal adversária de campanha de Luiz Paulo Vellozo recorreu às informações do *Vitória do Futuro* para explicar seu programa de governo.<sup>69</sup> No próximo capítulo analisaremos como o uso de estratégias de comunicação nos diferentes níveis, de forma criativa e cumulativa, garantiu o envolvimento de setores diferenciados na mobilização que elaborou planejamento da cidade para os 14 anos seguintes.

## Capítulo 4

# Processos e estratégias de Comunicação no *Vitória do Futuro*

*Porque toda a mobilização tem que pensar na comunicação, pois mobilizar é fazer circular sentidos e os sentidos não podem circular senão através de estratégias e processos comunicativos.*

(Bernardo Toro)

## 1- A comunicação e a sustentabilidade

Um primeiro desafio na busca da substituição dos atuais padrões de desenvolvimento por outros é a necessidade de estimular, nos vários setores da sociedade, o mesmo desejo pró-sustentabilidade. As chances de forjar tal sentimento dependem da disposição de todos em participar do diálogo permanente, estabelecer uma autêntica parceria social, reconhecendo, ao mesmo tempo, a independência dos papéis, responsabilidades e aptidões especiais de cada um (Agenda 21, 1992). Nesse contexto é natural pensar na mobilização social e nos instrumentos necessários para desencadeá-la e mantê-la. Daí a importância de compreender experiências como a do *Vitória do Futuro*.

Segundo Leis (1997), há um certo descuido na busca da compreensão e aprimoramento dos novos espaços de negociação ambiental. E isto é especialmente verdadeiro no que toca às estratégias comunicacionais que viabilizam tais espaços. Daí a urgência de pensar nos instrumentos e nos profissionais da área como elementos fundamentais na produção de novos fazeres e sentidos.<sup>70</sup> Responder adequadamente às demandas produzidas pelas novas realidades - como o caos urbano ou a degradação da qualidade de vida - pressupõe práticas mais centradas nos processos que nos instrumentos, nos sentidos que nos conteúdos. No entanto, ainda que persistam as dificuldades, reconhecemos que há avanços. E eles ocorrem justamente quando se rompem os monólogos e se estabelecem redes de diálogos e significados mais condizentes com o porvir ecológico. Contudo, antes de abordarmos a comunicação na perspectiva da mobilização, faz-se necessária uma breve análise do jornalismo especializado e das políticas das organizações ambientais - tradicionalmente os dois grandes focos de atenção no debate da comunicação e sustentabilidade.

---

<sup>69</sup> - A candidata era Rita Camata, e a entrevista foi publicada no dia 29/09/1996.

<sup>70</sup> - Utilizamos aqui o termo como proposto por Spink & Medrado (2000:41) para quem “sentido é uma construção social, um empreendimento coletivo, mais precisamente interativo, por meio do qual as pessoas – na dinâmica das relações sociais historicamente datadas e culturalmente localizadas – constroem os termos a partir dos quais compreendem e lidam com as situações e fenômenos a sua volta”.

## 1.1 - Os limites da imprensa

Há uma estreita relação entre a carência ou a inadequação das informações e a degradação ambiental. Não por acaso a *Agenda 21* dedica o seu último capítulo ao assunto e propõe medidas e recursos para incentivar o crescimento da produção e a circulação de dados. Entre os vários caminhos para viabilizar esses objetivos, está a imprensa. E, de fato, desde a década de 60, temas como conservação e equilíbrio de ecossistemas, até então reservados aos especialistas, ganharam cada vez mais espaço na mídia, o que foi fundamental para que o público se apropriasse do assunto. Com a agudização dos problemas, aumentaram o interesse e as expectativas em relação ao papel educativo e mobilizador do jornalismo ambiental.

No entanto, nas últimas décadas, trabalhos desenvolvidos em vários países dão conta das dificuldades, sobretudo da imprensa diária, em atender a essa demanda: com raras exceções, os veículos oferecem pouco espaço (se comparado à importância ou à urgência dos problemas) e quase sempre um tratamento superficial às questões ecológicas. De acordo com esses estudos, o meio ambiente é notícia nos moldes do jornalismo tradicional, com ênfase nos aspectos sensacionalistas e burocráticos, quase sempre a reboque dos acontecimentos e raramente de forma abrangente, sistemática, crítica ou educativa (Cornell, 1989; Craig & Everette, 1992; Rabelo, 1996; Aula, 1999). A factualidade da notícia sobrepõe-se à contextualização dos fatos.

Após analisar a cobertura da mídia durante a Operação Rodízio realizada em São Paulo em 1997, Medina (1998) avaliou que raramente as pautas jornalísticas criaram novos significados ou significados reestruturadores, além dos que eram produzidos por fontes legitimadas pelas estruturas de poder ou preconceitos e vícios internalizados pelo repórter. No ano anterior, ao observar o tratamento dispensado pelos meios de comunicação ao mesmo tema, o jornalista Alberto Dines havia chegado a uma conclusão praticamente idêntica: "A imprensa manteve-se olímpicamente distante desta oportunidade de converter seus leitores em cidadãos. Não estudou alternativas, não discutiu. Opinou e condenou, como faz sempre" (São Paulo, 1997b:64). Em outros termos, o tom quase sempre pessimista das notícias e reportagens e as raras indicações concretas sobre o que fazer (sobretudo no nível local) atuam como um fator desmobilizador, causando desânimo na população - como já apontaram os trabalhos de Ramos (1994), Easterbrook (1995), Haan (1996) e John (1996).

Portanto, mesmo reconhecendo-se a importância dos meios de comunicação de massa no agendamento dos problemas ecológicos e da busca de soluções ou, ainda, mesmo levando-se em conta os esforços para a superação das falhas apontadas, parece limitado e específico o papel que os veículos podem desempenhar na informação e educação ambiental. Neste sentido, não deixa de ser curioso que os estudos sobre o tratamento jornalístico dessa temática abordem, principalmente, a função conscientizadora da mídia, numa perspectiva que enfoca muito mais a relação individual (veículo-consumidor) do que a social ou coletiva na qual se sustenta a mobilização.

Essa postura da imprensa, aliás, tem sido discutida também em outras esferas. É o caso de Dowbor (1993:27) que, ao analisar as formas de enfrentamento da crescente pobreza mundial, indicou a importância da passagem da democracia representativa, com seus foros políticos, para a participativa. Neste contexto, ressalta, a comunicação de massa desempenha um papel chave e a sua "flexibilidade" deve ser outra. Porém, embora a evolução tecnológica permita essa flexibilização, "fica a impressão de que globalmente os meios de comunicação ainda estão procurando novas formas de cumprir o seu papel". As possibilidades de uma atuação mais decisiva dos meios em um contexto democrático provavelmente não podem ser relacionadas somente à tecnologia, como sugere o autor, mas à compreensão da comunicação num sentido amplo. Implica a valorização das relações diretas, através das quais os grupos sociais que compartilham o mesmo espaço elaboram parcerias e consensos na busca de mudanças - como quer o próprio Dowbor. Como veremos, essas são reflexões e provocações igualmente válidas para a relação mídia-sustentabilidade - que também pressupõe o combate à pobreza.

## **1.2 - As deficiências das organizações**

Tendo-se em conta a crescente exigência do público e dos órgãos fiscalizadores, a temática ambiental foi inserida nas políticas e práticas das empresas privadas e públicas. No entanto, a divulgação dessa nova postura empresarial e de seus resultados exige uma comunicação organizacional cuja operacionalização tem enfrentado desafios, como os mencionados por Kunsh (1996). O mais grave - e que nos interessa sobremaneira neste trabalho - são as deficiências comunicacionais específicas das instituições que produzem dados sobre o meio ambiente e daquelas que traçam, implantam ou supervisionam políticas relacionadas à questão. Multiplicam-se, nas várias esferas, os exemplos de informações relevantes sobre conservação e preservação que não foram disseminadas ou cuja divulgação inadequada não ajudou na tomada de decisões ou de atitudes concernentes à sustentabilidade. Outro problema dessas entidades são as pressões

políticas ou econômicas que interferem na difusão dos dados e, conseqüentemente, na utilização dos conhecimentos produzidos. O documento *A Estratégia Global da Biodiversidade - Diretrizes de ação para estudar, salvar e usar de maneira sustentável e justa a riqueza biótica da Terra* (1992:150)<sup>71</sup> exemplifica a situação:

*(...) freqüentemente, aqueles que formulam políticas de conservação, elaboram e implementam planos de manejo, educam crianças em idade escolar e o público em geral sobre os valores da biodiversidade, não conseguem obter as informações necessárias (...) ou ainda, ficam atônitos diante dos intrincados dados, mapas ou linguagens técnicas que não conseguem decifrar.*

O documento aponta as origens do problema. A primeira delas é a ignorância estrutural das instituições, que não facilitam nem incentivam o acesso das pessoas que mais precisam dos dados produzidos. As barreiras vão dos mecanismos burocráticos à linguagem inadequada aos diversos públicos. Outra razão: a informação raramente satisfaz à necessidade dos usuários pois falta uma maior compreensão dos organismos sobre que tipo de conhecimento é necessário e qual a melhor forma de apresentá-lo, principalmente ao público não-especializado. *Estratégia Global para a Biodiversidade* acrescenta: grande parte das informações técnicas tem conotações políticas ou pouca credibilidade científica, porque é gerada por órgãos oficiais com vinculações partidárias ou por organismos comprometidos com interesses particulares. O resultado dessas deficiências é um hiato entre os produtores de conhecimento, políticos, órgãos de regulamentação ou fiscalização, organizações não governamentais, educadores ambientais e o público em geral. Enfim, não se estabelece um fluxo comunicativo entre esses atores, com prejuízo para todas as partes. Assim, podemos dizer que os organismos ambientais encontram dificuldades para:

- divulgar de forma adequada a própria missão e objetivos;
- divulgar e promover o debate, com entidades afins e populações envolvidas, das informações elaboradas pela própria organização ou por outras;
- definir os seus públicos e traçar estratégias específicas para cada um deles;
- provocar interesse nos meios de comunicação e seus profissionais em cobrir os temas ambientais de forma mais acurada, sistemática e acessível;
- utilizar corretamente os diversos veículos de comunicação, especialmente, os de maior

---

<sup>71</sup>- Documento produzido por World Resources Institute, The World Conservation Union e United Nations Environment Programme como uma iniciativa complementar à Convenção sobre Diversidade Biológica. Após detalhada

ressonância entre a população;

- criar condições adequadas para a mobilização social nas questões ambientais e influenciar as esferas de poder na gestão e na implantação de projetos que contribuam para a construção da sociedade sustentável.

Por outros caminhos, os trabalhos de Crespo & Leitão (1993) e Crespo (1997) confirmam essas dificuldades ao revelar como os brasileiros percebem os problemas ambientais e a sua disposição para enfrentá-los. Por exemplo, embora a maioria seja simpatizante às causas e organizações ecológicas, poucos conseguem citar o nome de alguma instituição específica – o que ajuda a explicar o baixo número de filiações. Mesmo entre aqueles que se declararam muito interessados na questão, a metade indicou ter dúvidas quanto a sua própria capacidade de intervenção como agentes de preservação. O levantamento feito em 1997 indicou que o grau de conhecimento da população a respeito da “agenda ambiental global” é diferenciado e depende do tema. O maior índice de referências foi ao “efeito estufa” (46%) e o menor à “perda da biodiversidade” (21%). Os problemas mais fixados são o desmatamento e a contaminação dos recursos hídricos. Na memória coletiva, prevalecem imaginários antigos, como o de um país onde “em se plantando tudo dá” ou de uma natureza sacralizada, onde não entram nem as pessoas, nem as cidades com seus lixos e esgotos. Embora haja uma crescente consciência da gravidade da situação, o meio ambiente ainda parece distante.

Cientes desses desafios, as organizações direta ou indiretamente envolvidas com o problema têm se esforçado para criar uma nova cultura de cooperação e diálogo, discutir e implementar políticas de comunicação ou, ao menos, produzir orientações de como melhorar o relacionamento com o público e, sobretudo, com a imprensa.<sup>72</sup> Por outro lado, a convocação e realização de um debate entre os vários setores sociais, visando construir um plano de desenvolvimento para a cidade como aconteceu em Vitória, indicam que há caminhos para a superação das dificuldades. Para compreender situações como essas, no entanto, é necessário ampliar o olhar do pesquisador: da imprensa ou da organização para redes mais abrangentes, democráticas e polifônicas, construídas no complexo espaço urbano. O que nos obriga a reavaliar e a reaprender os processos grupais e pessoais.

---

análise da situação mundial, o estudo oferece 85 propostas específicas de ação e explicações às organizações governamentais e não governamentais sobre o que deve ser feito para implementá-las.

<sup>72</sup> - Alguns exemplos de manuais para entidades ou jornalistas ambientais são os de Alan W. Moore (1993), Diane Jukofsky & Chris Wille (1993), Lou Ann Dietz (s/d), Micha Torres (s/d), Peter Nelson (1994) - este último disponível em Português, todos de circulação limitada.

## 2 - O desafio da mobilização

Para ajudar-nos na compreensão da mobilização e do estabelecimento dos referidos fluxos em direção à co-responsabilidade recorreremos a Bernardo Toro (1996, 1997), para quem mobilizar significa convocar vontades para atuar na busca de um propósito, com interpretações e sentidos compartilhados. Participar ou não de uma mobilização é uma escolha, uma decisão individual que depende, essencialmente, das pessoas se verem ou não responsáveis e capazes de produzir e construir mudanças. Como se trata de compartilhar interpretações e sentidos, o autor reconhece que a mobilização é "um ato de comunicação". Desenvolvendo sua análise a partir do contexto sócio-econômico da América Latina, Toro (1997:30) acredita que, só através da mobilização social, será possível construir uma nova forma de convivência democrática, baseada na cidadania e no desenvolvimento. Nessa perspectiva, o autor oferece-nos pistas valiosas para compreender como a sociedade civil pode sair da etapa da "adesão" para a de "deliberação", com o objetivo de "criar e fundar com outros a ordem social desejável para todos".

Com vistas à análise dos processos e estratégias de comunicação do *Vitória do Futuro*, examinamos, inicialmente, os atores que, segundo Toro, são fundamentais para iniciar uma mobilização. O primeiro deles é o **produtor social**: pessoa ou instituição com legitimidade e capacidade de criar as condições econômicas, institucionais, técnicas e profissionais para que um processo de mobilização ocorra. O produtor tem "certos propósitos de mudança e se dispõe a apresentar e compartilhar esses propósitos com as outras pessoas, que vão ajudar a explicitá-los, ampliá-los e, é claro, alcançá-los" (1997:39). Na mobilização em estudo, o produtor foi a administração municipal, fortemente ancorada na popularidade do então Prefeito Municipal, Paulo Hartung.

O segundo ator é o **reeditor social**. O termo foi cunhado por Juan Camilo Jaramillo em 1991 para designar "pessoa que, por seu papel social, ocupação ou trabalho tem a capacidade de readequar mensagens, segundo circunstância e propósitos, com credibilidade e legitimidade" (Toro, 1997:41). Na mobilização, o reeditor é a pessoa com público próprio (por exemplo um professor, um cabeleireiro, um padre, um artista, um taxista conhecido) que tem o poder de negar, transmitir, introduzir e criar sentidos. É alguém capaz de modificar as formas de pensar, sentir e atuar de seu público (Toro, 1997:41).

À primeira vista, a figura do reeditor da mobilização social parece-nos familiar ao líder de opinião descrito por Lazarfeld, ou ao mediador profissional para a Comunicação Pública da Ciência, sugerido por Fayard (1995, 1996). Ou, ainda, aos multiplicadores e militantes, como admite o próprio Toro que logo busca explicitar as diferenças: não se trata de alguém capaz de reproduzir conteúdos, como fazem os multiplicadores, sem grandes liberdades de ação; ou daquele que enxerga o mundo inteiro como o seu campo de ação, como o militante. O reeditor atua em campos de influência localizados, como o seu trabalho ou vizinhança. A distinção, porém, vai mais além:

*Um militante não crê na deliberação, somente crê na conversão. Um reeditor não pode converter nada, simplesmente tem uma alternativa. Do ponto de vista da democracia, a ordem sai da sociedade. E fazer uma mobilização para construir essa ordem é fazer revolucionar essa ordem, em função da dignidade e dos direitos humanos (Toro, 1996:74).*

Semelhanças à parte, interessa-nos compreender o reeditor como figura chave, para a qual são pensadas todas as ações de comunicação - como veremos em seguida. Em *Vitória do Futuro*, os reeditores oficiais foram os conselheiros - escolhidos entre as principais lideranças do município. Mas, além desses, artistas, estudantes e professores também assumiram essa função, como veremos. Outro reeditor fundamental na mobilização em estudo foi a imprensa. Embora Toro não faça referências aos veículos de massa desempenhando esse papel, não podemos deixar de considerar a mídia e seus profissionais como reeditores privilegiados (e altamente instrumentalizados) em qualquer processo mobilizatório.

O último ator na trilogia proposta por Toro é o **editor**. Se é o produtor que convoca a mobilização, as mensagens que ele propõe devem ser elaboradas, divulgadas, compreendidas e transformadas em formas de sentir e de atuar em função do imaginário compartilhado. O editor (seja pessoa ou instituição) é o encarregado dessa tarefa. Como se trata de estruturar informações em códigos pertinentes à mobilização, Toro sugere que se trata de uma ação específica de comunicadores (1997:43). No entanto, nossas análises indicaram que nem sempre o editor precisa ser um profissional da área. Durante o *Vitória do Futuro* esse papel coube ao Grupo Prospectivo, à Coordenadoria de Comunicação da PMV, às agências de publicidade e ao próprio Prefeito Municipal. Feitas essas considerações, trataremos dos principais desafios que, ainda segundo Toro, os comunicadores enfrentam em uma mobilização: construir e divulgar imaginários; identificar e instrumentalizar reeditores e gerar processos de coletivização.

### a) Construir e divulgar imaginários

Uma primeira dificuldade da mobilização social hoje é que os novos sentidos de identidade se fazem muito mais por interesses que por territórios. Trata-se, pois, de mobilizar pessoas desterritorializadas. Para uni-las é preciso buscar um imaginário comum, que é a explicitação do propósito:

*Esse propósito deverá estar expresso sob a forma de um horizonte atrativo,(...)‘convocante’, que sintetize de uma forma atraente e válida os grandes objetivos que se busca alcançar. Ele deve expressar o sentido e a finalidade da mobilização. Ele deve tocar a emoção das pessoas. Não deve ser só racional, mas deve ser capaz de despertar a paixão (Toro, 1997:35).*

Segundo o autor, não se trata de um slogan ou uma campanha publicitária, ainda que esses sejam elementos importantes para a sua divulgação. A diferença é que, na mobilização, o imaginário torna-se a referência, o objetivo, horizonte ou acordo que faz pessoas diferentes compartilharem os mesmos propósitos. Assim, ele deve ter a capacidade de “somar singularidades”, unir grupos e instituições concretas e específicas em torno de uma causa. Embora ele remeta a uma utopia, deve ser plausível o suficiente para indicar um caminho. Com tais peculiaridades, a construção do imaginário em uma mobilização exige sensibilidade aguçada, capaz de perceber os receptores, identificar o que os move e, por fim, traduzir esses sentimentos em imagens e representações. Apresentamos, em seguida, alguns exemplos de imaginários. Os primeiros sugeridos por Toro (1997:43) e o último a partir de nossas análises de outras mobilizações, como vimos no capítulo 2.

- “Que nenhuma família passe fome neste Natal”, proposto pelo sociólogo Hebert de Souza, Betinho, em 1993, durante a *Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e Pela Vida*. E o que se viu foi uma ampla e criativa mobilização, com a adesão espontânea de milhões de brasileiros;
- “Eu os levarei a uma terra que emana leite e mel”, promessa feita por Moisés ao organizar a retirada do povo hebreu do Egito. Uma mobilização que, segundo a Bíblia, durou 40 anos e construiu a nação de Israel;
- “Para que todas as crianças tenham vida”, lema da Pastoral da Criança, o maior movimento comunitário em favor da saúde materno-infantil do Brasil, criado em 1983.

## **b) Identificar e instrumentalizar os reeditores**

Se é o editor que dá forma ao imaginário, organiza e divulga as informações, é o reeditor que as traduz em ações pertinentes. Porém, para que esteja disposto a aderir, mais do que se identificar com o imaginário e as propostas, o reeditor precisa ter clareza de seu papel na mobilização. É necessário instrumentalizá-lo, fornecer-lhe critérios, elementos, orientações sobre as tarefas que deve desempenhar. E, como veremos, além de esclarecer as ações, será preciso ressaltar *o sentido* das ações indicando como elas contribuem para a realização do imaginário proposto. Com tal poder, é necessário estar atento a sua força:

*(...) a mobilização, para ser real, para ser possível e, inclusive viável economicamente, estrutura-se a partir da ação e intervenção dos reeditores. Na medida em que uma proposta foi assumida por um conjunto de reeditores, a mobilização tem início. Muitas vezes, a publicidade e as mensagens de massa das grandes campanhas não funcionam porque não são captadas por reeditores que passam então a tramitá-las e ordená-las em função de um propósito estabelecido (Toro, 1996: 33).*

## **c) Coletivização de esforços e resultados**

As incertezas dos brasileiros da importância de sua intervenção individual como agente de preservação, apontadas nas pesquisas de Crespo & Leitão (1993) e Crespo (1997), tocam num dos pontos chaves das mobilizações: a coletivização dos esforços e resultados. Todos os que participam de uma campanha precisam saber exatamente qual é a sua tarefa e ter certeza de que o mesmo trabalho está sendo realizado de forma organizada por outras pessoas, pelas mesmas razões e sentidos. Devem, ainda, acreditar que a sua ação individual, aparentemente pequena, é importante para alcançar o objetivo comum a todos. Daí a necessidade da coletivização. Isto é, da ampla divulgação das ações, experiências, adesões e, sobretudo, dos resultados alcançados através desse esforço coletivo. Nesse processo, a comunicação de massa desempenha um papel fundamental. E embora não seja possível dar formas e vozes a todos aqueles que aderem à mobilização, a divulgação através da mídia também colabora para a auto-estima e animação dos participantes.

## **2.1 - Os três níveis da estratégia comunicativa<sup>73</sup>**

A mobilização social é um processo que se constrói através da intervenção da comunicação, concordam Henriques & Braga (2000). Ao propor uma escala de vinculação entre o público

---

<sup>73</sup> - O termo 'estratégias comunicativas' que aparece nos textos de Toro é uma adaptação direta do Espanhol para o Português. Optamos pelo uso de estratégias comunicacionais ou de comunicação, mais adequado ao nosso idioma - porém, com o mesmo sentido proposto por Toro.

e um projeto ou uma questão específica,<sup>74</sup> os autores defendem que planejar a comunicação na mobilização é “estabelecer fluxos que tendam à criação da co-responsabilidade” – o nível esperado de envolvimento. Para isso, é necessário “rastrear os caminhos e circuitos que possibilitam uma produção do sentido comum” e os públicos devem ser considerados principalmente com base nos relacionamentos que se desenvolvem ao longo das atividades. Como veremos, a produção e a veiculação de um imaginário compartilhado por todos os participantes é vital para o sucesso da mobilização.

Para Toro, toda a comunicação em uma mobilização tem uma intencionalidade clara, "fazer arqueologia da consciência (...) explicar porque temos a consciência que temos" (1996:38) e requer um projeto específico em sua estruturação. Embora a coletivização seja um dos principais objetivos desse plano, Toro alerta sobre outro ponto: os meios e conteúdos devem ser pensados de acordo com a cultura dos participantes e não do publicitário. Cada rede de reeditores tem a sua estética especial e a publicidade só funciona quando organizadores e comunicadores conseguem criar/captar e veicular adequadamente o imaginário. Toro propõe o uso da comunicação nos níveis de massa, macro e micro, com objetivos e conteúdos distintos, de acordo com os reeditores que se quer alcançar. Porém, tal como na Comunicação Pública da Ciência ou na Educação Ambiental, a ênfase aqui está mais centrada no processo que nos instrumentos. Pois, não são eles que determinam os resultados, mas a concepção ou a estratégia de comunicação:

*É ela que nos diz qual o meio empregar. Todos os meios são igualmente bons e ruins. Na medida em que o produtor social entender, com precisão, o campo de atuação do reeditor, encontrará - quais as formas de edição da mensagem e a proposta a ser usada pelo reeditor em seu campo de atuação, e designará um editor para trabalhar a campanha (Toro,1996:38).*

A proposição dos diferentes níveis e tipos de comunicação, de acordo com o alcance e a linguagem dos veículos, não é nova. Porém, na América Latina, as experiências e as reflexões em torno dos movimentos populares, especialmente no âmbito da Teologia da Libertação, deram novo sentido à classificação, na perspectiva da organização dos cidadãos em prol de mudanças sociais, políticas e econômicas. Fernandes (1989: 56), por exemplo, enumera cinco níveis de comunicação: intrapessoal, interpessoal, grupal, comunitária e social, e alerta que o conhecimento de cada um deles "é significativo para uma recepção ativa e também para uma ação pastoral

---

<sup>74</sup> - A escala apresenta os níveis do crescente envolvimento dos participantes: nenhum vínculo, localização espacial, informação, julgamento, ação, coesão, continuidade, co-responsabilidade e participação institucional.

mais eficaz". No texto base da Campanha da Fraternidade de 1989,<sup>75</sup> cujo tema foi "Comunicação para a verdade e a paz", a Igreja Católica recorreu a uma categorização similar. Na discussão dos instrumentos para promover uma sociedade "mais justa, fraterna e democrática", o manual chama a atenção para os objetivos de cada um dos níveis de comunicação, o que já sugere uma estratégia para as mobilizações sociais:

**Tabela 2 - Diferenças entre Comunicação Grupal e Comunicação Social**

<b>Comunicação Grupal</b>	<b>Comunicação Social</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cria a consciência de grupo</li> <li>- Personaliza socializando</li> <li>- Forma opinião</li> <li>- Conscientiza</li> <li>- Favorece a expressão de pessoas e grupos</li> <li>- Suscita interesse de classe, família, grupo</li> <li>- <i>Feedback</i> imediato e controlável</li> <li>- Reforça a autonomia cultural</li> <li>- Tende para a autenticidade</li> <li>- Promove a consciência crítica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Universaliza</li> <li>- Socializa despersonalizando</li> <li>- Massifica</li> <li>- Manipula</li> <li>- Sustenta o poder econômico e político</li> <li>- Informa tudo que acontece no mundo</li> <li>- Provoca um feedback lento</li> <li>- Nivelas as diferenças culturais</li> <li>- Tende para a sofisticação</li> <li>- Determina o consumidor passivo</li> </ul>

Fonte: (Conferência, 1989:12)

Reflexão semelhante já havia sido desenvolvida por Lins e Silva (1978:216), justamente quando tratava de analisar os caminhos da criação da consciência ecológica. Segundo o autor, os meios de massa têm a função de chamar a atenção do público para o tema. No entanto, no que se refere à mudança de opinião e incitamento à ação, os meios que promovem as relações interpessoais são muito mais eficientes e, através da combinação entre os vários tipos, é possível obter resultados ainda melhores. Mas, voltemos a Toro que avança um pouco especulando as possibilidades distintas de cada um dos níveis com relação à divulgação e à criação de modificações estáveis ou efetivas:

*Essas variáveis estão inversamente relacionadas: quanto maior a cobertura (comunicação massiva), menor a possibilidade de criar modificações estáveis (efetividade). Pelo contrário, a comunicação pessoal (nível micro) tem melhores possibilidades de efetividade. A comunicação macro combina a efetividade e a cobertura de uma forma específica. Isto não significa que um tipo de comunicação seja melhor que o outro (Toro, 1997:58).*

Ao discutir a "trágica eflorescência da forma" que ocorre em nossos dias, Mafesoli (1995) oferece-nos outro elemento que pode enriquecer o esquema dos diferentes níveis de

<sup>75</sup> - A Campanha da Fraternidade constitui-se no mais abrangente esforço de evangelização desenvolvido pela Igreja Católica no Brasil, sempre durante o período da Quaresma. A cada ano é escolhido um tema de grande apelo social,

comunicação na mobilização social. Trata-se da "epifanização" das aparências"<sup>76</sup> (p.147) que acontece, por exemplo, na publicidade: a aceitação de uma campanha depende da capacidade das agências de tornar visível a força invisível das idéias, produtos ou empresas. Não estão, também, tratando de "tornar visível o invisível" Brandão (1995) e Ferreira (1996), ao propor que uma nova relação entre o homem e os outros seres com os quais ele compartilha a biosfera exigiria o "reenfeitiçamento do mundo"? Segundo os autores, o estabelecimento dessa nova lógica ou "ética de reciprocidades" passa por interações intersubjetivas entre as partes (e não mais sujeito-objeto, como vimos anteriormente) e que são mediadas simbolicamente.

Tais reflexões lançam luzes sobre os mencionados problemas das organizações ambientais. Pode haver uma falta de compreensão ou de habilidade, por parte dessas entidades, para atuar nos diferentes níveis de comunicação e ainda recorrer ao "mundo imaginal" – para usar aqui a expressão de Mafesoli (1995:118). Para o autor, o retorno à comunidade e ao reencantamento da vida – tão necessários na solução dos desafios ambientais contemporâneos – só pode ocorrer através do simbólico, das imagens ou do imaginário. O que parece estar de acordo com as considerações de Toro (1996:28): "... a forma como a paixão se mobiliza não é através da lógica, mas sim através de imagens e representações".

Diante disso, propomos que um projeto de comunicação para a mobilização deva prever, além do uso de diferentes níveis, a diferenciação entre o *conteúdo* das mensagens e o *sentido* desse conteúdo (que nem sempre está explícito).<sup>77</sup> Nesse contexto, as estratégias de comunicação buscam não apenas convocar, provocar gestos de adesão ou apoio, mas despertar ações e emoções ativas que se desdobram em outras, participativas, solidárias e, sobretudo, políticas. Nessa perspectiva, mais importante que as informações ou os conteúdos são os sentidos que eles carregam. Pois, são os sentidos que movem. E é desse movimento – pessoal e coletivo - em direção à sustentabilidade que virão as alternativas tão urgentes.

---

como drogas, terra ou educação e em torno dele se desenvolvem a reflexão bíblico-teológica e a busca de ações concretas para superação dos problemas.

<sup>76</sup> - Para o autor, "a imagem é antes de tudo um vetor de comunhão, ela interessa menos pela mensagem que deve transportar do que pela emoção que faz compartilhar" (Mafesoli, 1995: 93).

<sup>77</sup> - A diferenciação entre o conteúdo e o sentido do conteúdo faz parte da construção coletiva da política de comunicação para a mobilização da Pastoral da Criança, já citada. Sobre este tema ver, por exemplo, "A Comunicação na Mobilização Social: a experiência da Pastoral da Criança" (Anais do Intercom/SIPEC – Região Sudeste. Vitória, 2001). Berlo (1999:194) dedica um capítulo de obra à questão e conclui que o sentido não se encontra nos objetos ou nas mensagens, mas nas pessoas. "São as respostas internas que elas dão aos estímulos e as estimulações internas que tais respostas evocam". Em se tratando de mobilização social, o desafio é, portanto, que as mensagens possam despertar sentidos comuns a todos os que dela participam.

O desafio, portanto, não é apenas informar bem – mas gerar processos de comunicação. E transformar meros espectadores ou leitores em atores, sujeitos, cidadãos. Se os reeditores são diferentes e trabalham em diversos campos de ação, pressupomos que não apenas os veículos e conteúdos serão distintos mas também serão distintos os seus *sentidos*. Enriquecidos com essas reflexões, apresentamos um modelo (com as limitações próprias de qualquer esquema desse tipo) dos diferentes níveis de comunicação na mobilização social. É importante esclarecemos, ainda, que esses níveis guardam uma profunda interdependência, como sugeriram Toro (1997) e Lins e Silva (1978). Na análise do *Vitória do Futuro*, veremos como a comunicação nos níveis pessoal e macro repercutiu na de massa ou vice-versa. Por ora adiantamos os principais instrumentos e características de cada um dos níveis:

#### **a) Comunicação de massa**

**Veículos:** de grande alcance, como rádio, jornal e TV, internet.

**Características do público alvo:** anônimo, diversificado.

**Conteúdo:** Informações gerais da mobilização e seus resultados. Nesse nível as mensagens codificadas a partir de um padrão médio que facilite o entendimento, oferecem informações mais genéricas que os outros níveis.

**Sentido do conteúdo:** veicular o imaginário, colocar o tema na agenda pública e além disso, criar sentimentos de pertencimento e identidade dos que participam da mobilização. Sentimentos esses que, como sugere Canclini (1997:28), hoje são organizados “muito menos por lealdades locais ou nacionais e mais pela participação em comunidades transnacionais ou desterritorializadas de consumidores”. Ao destacar exemplos dos esforços individuais na mobilização, as mensagens dos meios de massa (re)afirmam o sentido e a dimensão do gesto de cada participante resolvendo, pelo menos em parte, as dúvidas da sua capacidade de intervenção. Por outro lado, repercutem os resultados alcançados coletivamente. Assim, os meios de massa garantem a legitimidade social do projeto, contribuem para a coletivização e, quando bem utilizados, realizam algo raro na indústria cultural: a criação de iconografia expressiva para os excluídos da comunicação (Toro, 1996:39).

#### **b) Macro Comunicação**

**Veículos:** São os de curto ou médio alcance e dirigidos a públicos determinados. Consideramos aqui os típicos veículos da comunicação organizacional, voltados para públicos segmentados (folders, publicações, programas, etc), como outras mídias, em um sentido mais ampliado (reuniões, debates e concursos) que estabelecem relações com distintos atores envolvidos na mobili-

zação. Em outros termos, instrumentos que medeiam os diversos interesses, saberes e experiências na construção de propostas comuns.

**Características do público alvo:** Neste nível o receptor é definido pelo seu papel ou ocupação, e a comunicação se estrutura a partir dos códigos próprios. Mesmo que seja um público numeroso, por exemplo, professores e alunos das redes pública e privada, usando o exemplo do *Vitória do Futuro*, ele tem uma identidade comum e características próprias.

**Conteúdo:** Elaborado a partir dos códigos adequados ao perfil de cada grupo, com informações sobre as formas específicas de colaboração ou participação. Como neste nível estamos tratando diretamente com os reeditores, aqui se esclarecem os papéis que eles desempenham na mobilização.

**Sentido do conteúdo:** Estabelecer alianças, motivar para a importância da ação e provocar compromissos. Também é o espaço onde se reafirma a dimensão global de cada ação individual. É o momento de tornar visível o invisível.

### c) Micro Comunicação ou Comunicação Pessoal

**Veículos:** Como comunicação direta e pessoal, há poucos veículos nesse nível. Podemos pensar em cartas, telefonemas e, sobretudo, nas situações de co-presença (que acontecem também no nível macro).

**Conteúdo:** Estrutura-se em códigos singulares, diz Toro, dependendo dos interlocutores, de suas reações.

**Sentido do conteúdo:** É a comunicação pessoal já voltada para a própria ação, com orientações mais exatas do que nos outros níveis. É, sem dúvida, o momento mais importante de todo o processo, onde se confirmam ou não as expectativas, os desejos e os compromissos despertados anteriormente.

## 3 - A comunicação no *Vitória do Futuro*

É possível estabelecer uma estreita relação entre as reflexões acima e o desenvolvimento do *Vitória do Futuro*, embora não existisse um plano de comunicação definido *a priori*. Mas, como veremos, houve a conjunção de uma figura pública com grande credibilidade e habilidade comunicacional, uma administração bem sucedida, um rico histórico de movimentos sociais urbanos e, finalmente, um instrumental adequado (planejamento estratégico) que, ao nomear os cenários, deu aos debates uma nova dimensão que extrapolou à meramente técnica. Essa situação, somada às estratégias adequadas, viabilizou a existência de uma rede de pessoas e grupos

capaz de debater e definir propostas para Vitória. Uma rede que, em pouco mais de seis meses, avançou da sensibilização para o compromisso e, finalmente, para a co-responsabilidade (Henriques & Braga, 2000).

Compreendendo estratégia como conjunto de táticas previamente definidas para a consecução de um ou mais objetivos, é preciso ressaltar que, em um processo de mobilização, ela deve ser entendida de uma forma mais ampla e flexível: muitas táticas são formuladas a partir da adesão de novos reeditores que, também, podem criar outras. Por isso, preferimos o termo *estratégias*. Para o rastreamento "dos caminhos e circuitos" que possibilitaram a produção do sentido comum durante o *Vitória do Futuro*, recorreremos às categorias propostas por Toro (uso dos diferentes níveis, criação e veiculação de um imaginário comum, convocação e instrumentalização dos reeditores e coletivização). O que nos levou a tratar não apenas das mídias massivas, mas das demais atividades e personagens que colaboraram na construção de algumas das lógicas inerentes à cidade sustentável, por exemplo, a da imposição dos "espaços dos lugares" sobre o dos "fluxos" e a da nova temporalidade (Castells, 1998).

Reconhecemos que cada uma dessas categorias sugere estudos mais aprofundados. Seria pertinente, por exemplo, aplicar análise de conteúdo no exame das matérias dos jornais, ou do discurso às entrevistas e, ainda, outras ferramentas metodológicas que tratariam de detalhar a função da publicidade ou das sondagens de opinião. Porém, na busca da produção de novos conhecimentos, e inspirados na perspectiva Interacionista descrita por Orozco (1995), tratamos de verificar quais desses elementos se relacionavam entre si e como se relacionavam, já que tais conexões não estavam colocadas antes.

### **3.1 - Comunicação de Massa**

Segundo a ex-secretária executiva Lília Mello, estabelecido o caráter participativo e apartidário do projeto, a comunicação surgiu naturalmente como fator essencial. Porém, embora o *Vitória do Futuro* estivesse entre os projetos prioritários da administração 1993-1996, não estava previsto nenhum plano ou tratamento especial por parte da Coordenadoria de Comunicação da PMV.<sup>78</sup> O que nos faz supor que, desde o princípio, o sentido atribuído à comunicação não se

---

<sup>78</sup> - A gestão Paulo Hartung não chegou a formular um plano específico para a comunicação. No entanto - através das reuniões de planejamento estratégico com todos os setores da administração - adotou a imprensa como seu cliente principal. Ou seja, não existiu um plano formalmente redigido mas sim uma política que reservou à imprensa o papel de mediadora entre a instituição e a sociedade. Entre 1993-1996 foram desenvolvidas várias atividades de qualificação da Coordenadoria de Comunicação e de preparação das lideranças da Prefeitura Municipal para o contato com a mídia, com resultados considerados positivos (Lima, 2000:49-50).

restringia ao uso das mídias massivas, embora os veículos locais tenham sido bastante acionados na cobertura do projeto.

Como mencionamos, a imprensa era considerada “cliente principal” da gestão municipal, e os esforços da Coordenadoria de Comunicação para ocupar espaços nos meios massivos confirmam a importância a eles dedicada<sup>79</sup>. As estratégias para “vender” a idéia à imprensa foram diversificadas e o levantamento das incidências (de notícias e publicidade) do *Vitória do Futuro* nos jornais impressos *A Gazeta* e *A Tribuna*, no período de janeiro a setembro de 1996, permitiu-nos avaliar o resultado desses esforços. No entanto, mais que a quantidade ou qualidade do material veiculado, buscamos verificar a contribuição dessa cobertura noticiosa no sucesso da mobilização.

#### **a) Campanha de lançamento**

A extinta agência NPA Publicidade, que já atendia a Companhia de Desenvolvimento de Vitória, foi contratada para criar a campanha de lançamento do projeto e os materiais promocionais como camisetas, blocos, pastas, canetas, réguas, além de banners e faixas<sup>80</sup> utilizados durante o processo. A publicitária Paula de Almeida, uma das ex-proprietárias da agência, acompanhou as reuniões iniciais do *Vitória do Futuro* e conta que se sentiu desafiada: não se tratava apenas de divulgar um evento mas de convocar a sociedade civil para conhecer e debater os trabalhos e propostas dos especialistas. Por causa das limitações da verba foram utilizados apenas peças publicitárias na mídia externa (10 pontos - sete em Vitória e três em Vila Velha, região metropolitana), na escrita (anúncio de quatro cores, nos dois diários locais) e na televisiva (spots de 15 segundos nas quatro emissoras existentes na época). Nessa última, a veiculação concentrou-se na quinzena que antecedeu ao lançamento do projeto, com seis a 10 inserções diárias, de acordo com a empresa. Não houve nenhuma divulgação através do rádio.

---

<sup>79</sup> - Neste sentido, foram consideradas as estratégias normalmente utilizadas para o lançamento e divulgação de um produto ou idéia (*releases*, entrevistas coletivas, publicidade, etc).

<sup>80</sup> - Custo da produção gráfica, criação editorial, arte final e *layout* da logomarca, R\$13.233,87; e do *spot* para TV, R\$ 6.819,50.

A logomarca do projeto consistiu em uma figura onde se destaca '21' que aparece vazado por um prato inclinado, cujos ponteiros sugerem um relógio. Segundo Paula de Almeida, a NPA não recebeu solicitações para que fossem feitas referências à Agenda 21. Mas ela admitiu que tinha informações “armazenadas” sobre o documento da Conferência do Rio e, inclusive, havia participado de palestras a respeito do tema. Porém, a idéia de utilizar a figura e o numeral tinha outras razões:



**Figura 2** - Logotipo do projeto

*Por que o relógio em movimento? Isso aconteceu em 1996, embora a concepção tenha sido em 1995. Se você olha o relógio do Hans Donner e as coisas que aconteceram depois, há alguma semelhança. A logomarca é um radar, um relógio, um satélite, uma antena que capta o que está acontecendo na sociedade. Basicamente é isso: movimento, captação de informação, passagem do tempo, perenidade, já que o planejamento estratégico teria esse objetivo: projetar a cidade até 2010..... E o '21' ficou como uma virada, o mundo mudando...*

Sem verbas para peças mais elaboradas, o *spot* exibido na TV na campanha de lançamento do projeto baseou-se na apresentação da logomarca, exibida com uma trilha sonora e um *off*, explica a publicitária:

*Nos 15 segundos, a figura ia se formando ao som de uma trilha meio espacial, futurista. E o locutor convidava a população a ir ao Tribunal de Contas para tomar parte: 'Diga presente à Vitória do Futuro.' Esse dizer presente é concordar, é participar. Sua presença é importante. Ele era instigador, mobilizador. Então a pessoa pensava, o que está acontecendo lá? O que estão fazendo na minha cidade que eu devo estar presente? Se eu não estiver presente, o que vai acontecer? Do que vou deixar de participar? O objetivo era esse.*

A campanha de lançamento foi, basicamente, a única mídia paga do processo<sup>81</sup> - o que sugere que a mobilização obtida deveu-se mais a outros fatores do que à publicidade própria-

<sup>81</sup> - As convocações para as reuniões públicas incluíram a publicação de convites nos jornais. Como mídias pagas registramos, ainda, o suplemento da revista *Vida Vitória* e a campanha de divulgação do concurso de redação.

mente dita. Das 20 inserções publicitárias sobre o *Vitória do Futuro* identificadas na mídia impressa, 11 delas referem-se ao lançamento do projeto. As demais são convites para as Reuniões Plenárias (04),<sup>82</sup> para o concurso de redação (02), agradecimento aos conselheiros (01) e congratulações de grupos externos à iniciativa da PMV (02). Paula de Almeida considera que o trabalho realizado pela NPA foi eficiente e conseguiu captar a essência do projeto, atingindo o alvo, como “pedrinhas que a gente joga no rio e as ondas acontecem”. Mas ela reconhece que foram “muitas ondas” em relação ao trabalho, ao investimento ou às “pedrinhas”. Ela recorda o “susto” que levou com o numeroso público presente no lançamento:

*Lotou o Tribunal de Contas. Teve gente que ficou de pé o tempo inteiro: viu a abertura, o Paulo Hartung falando, o pessoal da Companhia de Desenvolvimento de Vitória, os consultores.... Foram três horas mais ou menos de encontro e muita gente de pé. Nós ficamos surpresos com a adesão da sociedade. Havia estudante, dona de casa, comerciante, empresário, jornalistas..*

Essa surpresa com a grande adesão foi mencionada espontaneamente nos depoimentos dos membros da coordenação – referindo-se também aos outros eventos. Uma explicação para tanta repercussão, diz a publicitária, era a boa qualidade do produto. Nesses casos, “ainda que a propaganda seja pequena ela causa um grande resultado”. E, neste ponto, é impossível não referir-se aos excelentes índices de aprovação popular obtidos pela administração de Paulo Hartung, aos quais nos referimos no capítulo anterior. Analisando a qualidade deste *produto*, a publicitária, como outros entrevistados, citou os governos antecessores, a credibilidade do Prefeito, a competência do quadro técnico, os resultados da administração e o momento privilegiado que viviam os moradores da cidade naquele momento. Porém, Paula de Almeida acrescenta outro elemento que ajuda a explicar os bons resultados da campanha de lançamento e da própria mobilização: a palavra Vitória.

*Se fosse ‘Santa Catarina do Futuro’ seria diferente, o impacto seria outro. Todo mundo quer vitória em sua vida. A palavra é fortíssima. E vitória do futuro é uma esperança muito grande. É o nome da cidade. Imagina isso sendo trabalhado pelo professor de Português. Houve uma grande participação por que mexia com os sonhos, com os desejos das pessoas.*

## **b) Publicidade para estudantes e professores**

Veiculada através da imprensa escrita e televisiva, a campanha desenvolveu-se em duas etapas: a convocação para o concurso e o convite para a entrega dos prêmios. Embora fosse

---

<sup>82</sup> - Esses números referem-se apenas aos anúncios documentados no *clipping* da Prefeitura Municipal de Vitória, o

dirigida às escolas, alunos e professores, a publicidade reforçava a imagem pública e as propostas do *Vitória do Futuro*. Nos Anexos 5.1 reproduzimos algumas peças da campanha, o anúncio do nome dos vencedores e o convite para a solenidade de entrega dos prêmios. Nos Anexos 5.2 apresentamos o informe publicado pela Companhia Siderúrgica de Tubarão, patrocinadora do certame, onde também estão relacionados os premiados, que aparecem numa foto com o Prefeito Municipal.<sup>83</sup> Além de dar mais visibilidade ao projeto, essas inserções ajudaram a convocar um grupo de reeditores específicos, valorizando a sua participação no processo. Voltaremos ao concurso quando tratarmos da comunicação no nível macro.

### **c) Convocações para reuniões e outros eventos**

Notas publicados nos jornais *A Gazeta* e *A Tribuna* convocavam os conselheiros e o público em geral (de acordo com a situação) para os principais eventos. Como veremos, tais anúncios somavam-se às cartas e telegramas (e, em alguns casos, telefonemas) recebidos pelos conselheiros. Além de ampliar a visibilidade e legitimidade do projeto, as convocações através da imprensa reforçavam a importância da participação dos membros do Conselho. Alguns desses anúncios estão reproduzidos no Anexo 6.

### **d) Revista para empresários e líderes**

Para o lançamento do *Vitória do Futuro*, a PMV encomendou um encarte especial que circulou na edição do mês de março da revista *Vida Vitória*. Foram nove páginas de informações diversas, reportagens e entrevistas com consultores e organizadores do projeto. *Vida Vitória* tem uma circulação basicamente restrita à região (16 mil exemplares, naquele mês), é dirigida a um público seletivo, formado por empresários e políticos locais. Por essas características, o suplemento pode ser considerado uma estratégia específica para reeditores-líderes de opinião. Outras 5 mil cópias do suplemento foram distribuídas em eventos organizados pela Prefeitura Municipal e também enviados aos conselheiros e convidados. No Anexo 7 reproduzimos as páginas iniciais do caderno.

---

*Jornal dos Recortes.*

<sup>83</sup> - Apesar de nossos esforços, não foi possível encontrar, nem na PMV nem na Secretaria Municipal de Educação, informações mais precisas sobre a campanha de publicidade para a divulgação do concurso, como o nome da empresa responsável por sua elaboração ou o total de peças produzidas. Nossa análise, portanto, baseia-se no levantamento da imprensa escrita e nos depoimentos dos organizadores.

## f) Releases oficiais

Os *releases* (ou *press-releases*) que trataram do *Vitória do Futuro* foram produzidos pela Coordenadoria de Comunicação da PMV e veiculados através do *Diário de Vitória*, publicação criada em 1989 e mantida até 1997. O boletim impresso frente e verso, formato ofício, era enviado diariamente aos principais veículos da cidade com sugestões de pauta. Pequenas matérias e notas divulgavam as ações e os programas da administração municipal ou informações externas de interesse da comunidade, como as campanhas de vacinação. Entre os dias 1º de janeiro e 30 de setembro de 1996, o *Diário de Vitória* publicou 24 notícias sobre *Vitória do Futuro*. Elas não se apresentam distribuídas uniformemente, concentrando-se no lançamento e na entrega do projeto. Só no dia 09 de setembro, por exemplo, foram seis notícias. Nos Anexos 8.1 e 8.2 re-produzimos dois exemplares do boletim que circularam com informações sobre o projeto. Em seguida, apresentamos a relação das notícias publicadas no veículo oficial da PMV, o *Diário de Vitória*, com seus respectivos títulos e as informações contidas nos *leads*.

**Tabela 3 - O *Vitória do Futuro* nos releases da PMV**

<b>Data</b>	<b>Título</b>	<b>Lead</b>
05/01	Programa <i>Vitória do Futuro</i> será lançado no próximo dia 25	Prefeito lança programa, informações. 4 reuniões temáticas. Pesquisas
22/02	Seminário abre no dia 29 projeto <i>Vitória do Futuro</i>	PMV lança projeto visando elaboração de um planejamento estratégico
26/02	Hartung lança Quinta-feira o projeto <i>Vitória do Futuro</i>	Lançamento, data, local, objetivo
27/02	PMV realiza concurso de redação sobre futuro da cidade	Abertura do concurso durante lançamento do VF
28/02	Vitória começa amanhã a planejar o seu futuro	Cidade começa elaboração do programa.
06/05	PMV lança concurso de redação sobre Vitória	Informações gerais sobre tema e abertura do concurso
07/05	Concurso sobre futuro da cidade será lançado amanhã	Informações sobre lançamento do concurso
22/05	Adiada reunião sobre <i>Vitória do Futuro</i>	Aviso do cancelamento/motivo
31/05	Vitória debate questões polêmicas	Informação local/horário/tema da próxima reunião temática
03/06	<i>Vitória do Futuro</i> faz seminário amanhã	Cita temas polêmicos da pauta e traz informações sobre o seminário
05/06	Concurso de redação atrai 5 mil alunos	Nota com o resultado das inscrições e informações sobre o julgamento
28/06	PMV apresenta cenários da cidade para o próximo século	O que acontecerá, o que são os cenários, como serão apresentados
01/07	PMV apresenta cenários de Vitória para 2010	Repete matéria anterior
01/07	Seminário avalia projetos prioritários para a cidade	PMV realizará o 9º seminário do planejamento estratégico
01/07	Prefeitura entrega prêmios do concu-	Prefeito e secretário de Educação entregam...

	so sobre futuro de Vitória	
08//07	PMV premia vencedores de concurso de redação	Repete matéria do dia 1º
11/07	Premiados vencedores de concurso sobre futuro da cidade	Informa vencedores e os prêmios
09/09	PMV entrega amanhã plano estratégico para Vitória	Informações sobre local e data da cerimônia
09/09	Documento reúne 130 projetos	Projetos prioritários para a construção da cidade desejada
09/09	Corais e fogos	Informa as atrações da festa
09/09	Trânsito	Informa as modificações que ocorrerão no trânsito
09/09	Estudo é dividido em três partes	Descreve o documento
09/09	Projeto terá acompanhamento	Quem fez o projeto e transformação do grupo em Conselho Comunitário
10/09	Plano estratégico será debatido na ETFES	Alunos da ETFES poderão conhecer o plano através de palestra no dia...

O quadro anterior e as reproduções do *Diário de Vitória* nos Anexos 8.1 e 8.2 indicam a parcimônia da Coordenadoria de Comunicação da PMV na produção de *releases*, seja na quantidade seja na extensão das notícias publicadas. A análise do conteúdo dessas publicações revela uma redação direta, na terceira pessoa – uma característica peculiar do texto jornalístico e, em especial, dos *releases* enviados aos meios de comunicação. Segundo os manuais, eles devem conter informações precisas (neste caso, local, data, horário das atividades, objetivos, metodologia) com a finalidade de “servir de apoio, atração ou pauta que provoque pedido de entrevista ou informações complementares” (Fenaj, 1994:25).

Embora a participação da Coordenadoria possa ser considerada, nas palavras de seu ex-coordenador Sebastião Barbosa, “puramente mecânica e limitada a reproduzir peças”, ela tinha uma intenção clara.<sup>84</sup> Segundo o jornalista, tratava-se de passar a idéia que o *Vitória do Futuro* ia gerar coisas novas: "Era o que a gente chamava de ação ativa, para fugir do que é corriqueiro no serviço público, que é a ação reativa, as pessoas reagindo aos fatos. A intenção era fazer um grande chamado para a sociedade participar."

As palavras do ex-coordenador remetem-nos a um dos desafios enfrentados pela comunicação de massa e seus profissionais em um processo mobilizatório: o de compreender a diferença entre a mera divulgação promocional e o compartilhamento da informação. Na mobilização, o resultado desejado "é que as pessoas formem opiniões próprias, se disponham a agir e ajam. E mais, que elas sintam-se donas dessa informação, repassem-na, utilizem-na e se tornem elas próprias fontes de novas informações" (Toro,1997:52). Embora não seja nossa intenção fazer

uma análise do aproveitamento do material publicado pela assessoria da PMV nos veículos da imprensa, é forçoso reconhecer a disparidade entre a pequena quantidade de *releases* divulgados pelo órgão oficial da Prefeitura e o grande espaço concedido ao projeto pelos jornais impressos pesquisados – sem mencionar os veículos televisivos, não considerados na amostragem. Podemos retomar aqui a metáfora apresentada por Paula de Almeida, em relação à campanha de lançamento: pequenas pedras lançadas em um lago, os *releases* provocaram grandes efeitos.

Por ocasião da entrega do plano, a Coordenadoria de Comunicação da PMV produziu um encarte especial que deveria circular nos dois principais diários locais. Seria uma versão reduzida do documento final, porém redigida em linguagem jornalística. No entanto, como era período pré-eleitoral, a principal coligação de oposição que concorria à Prefeitura terminou por embargar a publicação, sob o argumento de que se tratava de propaganda partidária com a utilização de recursos públicos. Contudo, em 13/10, por sua própria iniciativa, o jornal *A Tribuna* lançou um suplemento sobre a cidade. Com 16 páginas e formato tablóide, o caderno aparece caracterizado como Informe Publicitário. A capa, a primeira matéria e algumas inserções publicitárias faziam referência direta ao *Vitória do Futuro*. No Anexo 9 reproduzimos o caderno cuja circulação foi embargada, e no Anexo 10 as páginas iniciais do encarte de *A Tribuna*.

### **g) Artigos para a imprensa**

Os artigos desempenharam um papel importante no processo de mobilização em estudo. Logo no anteprojeto do *Vitória do Futuro* encontramos referências à sua produção. A ata da reunião do dia 10 de abril, realizada pelo Grupo Permanente, informava que "textos escritos por especialistas sobre os respectivos temas serão publicados em jornais locais". Alguns entrevistados ligados à coordenação mencionaram que também o Prefeito Municipal insistiu várias vezes com os membros da equipe para que eles fizessem o mesmo. Ele próprio é autor de quatro dos 20 artigos publicados sobre o tema, entre janeiro e setembro de 1996.

Esses números merecem uma breve análise: só as questões de relevância transformam-se em temas recorrentes de debate e são abordadas por diversos articulistas que, neste caso, compartilhavam o mesmo ponto de vista. Se considerarmos outros espaços opinativos, o *Vitória do Futuro* também foi abordado em quatro editoriais e duas colunas de *A Tribuna* (sempre com menções elogiosas); e, ainda, por três vezes em colunas de *A Gazeta*. Encontramos aqui a única menção negativa em toda a cobertura da imprensa escrita, na coluna fixa de Uchôa Vieira, publi-

---

<sup>84</sup> - Em entrevista concedida a autora no dia 10/05/2000.

cada no dia 10/09/1996 em *A Gazeta* sob o título “A cidade sem futuro”. Não obstante, a sua leitura revela críticas pouco consistentes de alguém que, assumidamente, não havia participado de nenhuma reunião. Esse e outros artigos estão reproduzidos na íntegra nos Anexos 11.1 a 11.4. Apresentamos, em seguida, a relação dos artigos e a posição e formação dos seus autores, veiculados apenas em *A Gazeta*, no espaço intitulado Opinião, sempre na quinta página do periódico.

**Tabela 4 - Artigos que abordaram o *Vitória do Futuro***

<b>Data</b>	<b>Título</b>	<b>Autores</b>
15/01/1996	O futuro é agora	Empresário
15/02	Agenda 96	Prefeito municipal
28/02	A Vitória possível	Prefeito municipal
29/02	No presente, a Vitória do Futuro	Presidente da CDV
02/03	A cidade e seus construtores	Vereador
17/03	Políticas públicas e democracia	Secretário municipal
21/04	Dúvidas e certezas	Empresário
22/05	Lições urbanas do passado	Empresário
03/06	O novo arrabalde	Diretor do Futura
04/07	Vitória do Futuro: momento decisivo	Secretário municipal
07/07	O salto do marlin azul	Engenheiro
23/07	Pensando o futuro de Vitória	Economista
01/08	A Vitória do Futuro	Arquiteto urbano
04/08	Pensando o futuro de Vitória	Presidente da CDV
14/08	Vitória e as empresas de base tecnológica	Prefeito municipal
21/08	Desenvolvimento sustentável	Engenheiro
08/09	Uma ponte para o futuro	Prefeito municipal
14/09	A cidade se reconhece	Deputado estadual
27/09	O salto para a metrópole	Secretário municipal
29/09	Cidade, cidadão, cidadania	Arquiteto urbano

Nos jornais impressos, os artigos podem ser solicitados de acordo com o interesse do veículo ou enviados espontaneamente pelo colaborador (Fenaj, 1994; O Estado de S. Paulo, 1990). Porém, o autor é sempre um *expert* no tema ou alguém cujo reconhecimento público permite-lhe opinar sobre qualquer questão. Se o caráter técnico ou opinativo limita o número de leitores, vias de regra os artigos são uma parte nobre da publicação, por se tratar de uma reflexão de alguém com influência ou competência em determinada área. Por todos esses fatores, acreditamos que a abordagem sistemática do *Vitória do Futuro* por diversos articulistas (além dos colunistas e editorialistas) conferiu maior visibilidade e legitimidade ao projeto, além de reforçar a cobertura noticiosa realizada ao longo das atividades.

No entanto, a produção de opiniões para os jornais já era uma estratégia utilizada pela administração municipal e foi reforçada durante o *Vitória do Futuro*, como explicou José Antônio Martinuzzo<sup>85</sup>, ex-assessor de Comunicação do Prefeito Paulo Hartung. Segundo o jornalista, por ser um ano eleitoral, havia muitas restrições em divulgar notícias da administração municipal, especialmente por parte de *A Gazeta*: "Com espaço para dizer tudo o que achávamos importante, o caminho foi utilizar artigos produzidos por pessoas de renome, de prestígio, que tivessem grande leitura [sic] e repercussão."

#### **h) Convocação de coletivas**

Os depoimentos e o material publicado pelos jornais revelaram que, antes dos principais eventos do *Vitória do Futuro*, ocorreram convocações para coletivas com membros da coordenação do projeto e/ou o próprio Prefeito Municipal. Em atas de reuniões internas encontramos menções ao agendamento de entrevista coletiva com Paulo Hartung e o consultor Júlio Mourão, para divulgar os cenários, e à participação no programa *Bom Dia Espírito Santo*, produzido pela TV Gazeta (filiada à Rede Globo), para divulgar a primeira reunião temática (nesse caso, não há indicação de quem participaria). Depoimentos como os de Lília Mello confirmam que os principais atores do projeto foram bastante solicitados pela mídia.

Por outro lado, o *gancho* - usando aqui o jargão jornalístico - utilizado para obter espaços nos veículos de comunicação foi a divulgação dos resultados das sondagens de opinião e das conclusões das etapas do planejamento. A estratégia surtiu o efeito desejado, com os meios repercutindo não apenas as pesquisas ou os estudos, mas demonstrando interesse pela seqüência dos acontecimentos. Além disso, o fato dos trabalhos levarem em conta as propostas da população (ou de seus representantes) aparentemente fez com que os jornais tratassem as informações relativas ao projeto com menos restrições do que poderia acontecer caso elas proviessem de uma equipe técnica ou política. Uma demonstração do conhecimento ou visão estratégica para o uso da comunicação de massa por parte da coordenação, como confirmou a ex-secretária executiva do *Vitória do Futuro*, Lília Mello:

*Era preciso estar em sintonia com as necessidades da imprensa e as da população, manter a curiosidade em torno do projeto. É aquela história do 'homem morder o cachorro'. E isso não era difícil porque o assunto era interessante. As pessoas re-descobriam a sua cidade, as suas fontes. No final, tínhamos que fugir da imprensa, porque eles queriam que antecipássemos resultados que ainda não haviam sido liberados para o conselho.*

---

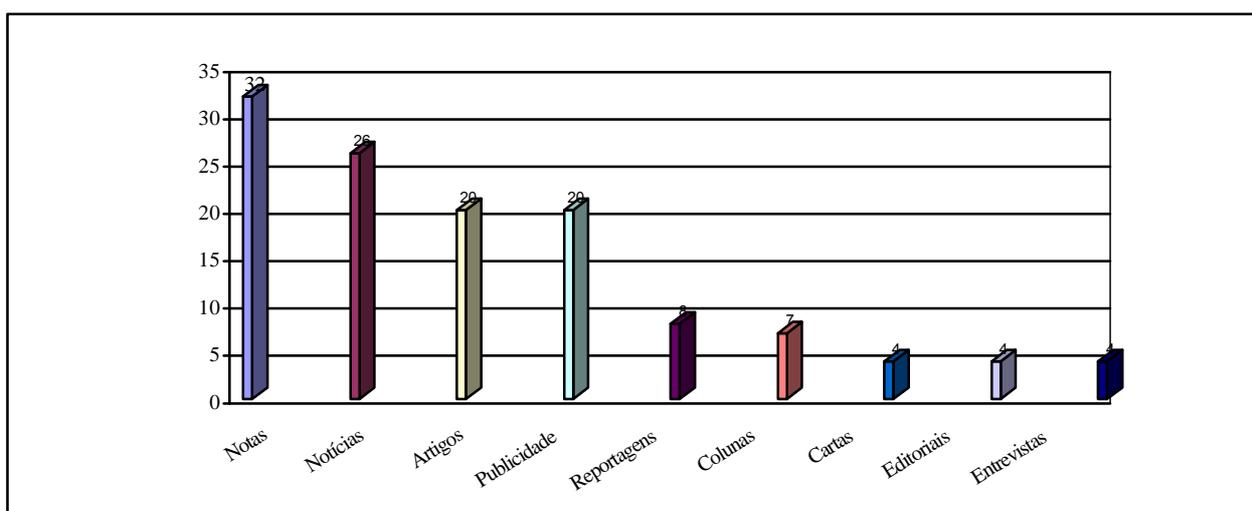
<sup>85</sup> - Entrevista concedida à autora no dia 10/05/2000.

## i) Balanço final

O levantamento dos jornais *A Gazeta* e *A Tribuna*, publicados entre janeiro a setembro de 1996, aponta para o seguinte quadro: por 125 vezes *Vitória do Futuro* foi tema de notas, artigos, entrevistas, publicidade, editoriais, cartas do leitor, colunas e reportagens. Nos Anexos 12.1 a 12.8 reproduzimos algumas dessas publicações. Por suas características específicas, não foi considerado neste cômputo final o suplemento lançado por *A Tribuna*. Evidentemente, houve uma maior incidência de matérias por ocasião das reuniões públicas, especialmente no anúncio dos resultados das pesquisas. No entanto, a divulgação dos eventos paralelos, como o concurso de redação ou os lançamentos dos livros, além dos já mencionados artigos, reforçou a presença do assunto na mídia. A cobertura jornalística por ocasião da entrega do projeto também foi bastante intensa, garantindo páginas inteiras, com até três repórteres trabalhando na apuração dos resultados, retrospectiva dos trabalhos, etc - como aconteceu em *A Tribuna* de 05/09.

Uma estratégia de comunicação no nível micro ou pessoal, mas com grande impacto nos meios de massa, foram as visitas realizadas pelo Prefeito e os integrantes do Grupo Permanente aos principais veículos da cidade. O objetivo era convidar os diretores das empresas a fazer parte do Conselho Municipal. Além das visitas, mesmas renderem notas nos jornais,<sup>86</sup> por diversas vezes, ao referir-se ao *Vitória do Futuro*, o jornal *A Tribuna* mencionou que era membro do Conselho a convite do próprio Paulo Hartung. Ou seja, o veículo assumia publicamente que participava dos debates e tinha interesse direto nos seus resultados. O gráfico abaixo ilustra as diversas maneiras pelas quais o projeto foi mencionado na mídia impressa.

Gráfico 1 O *Vitória do Futuro* na imprensa



<sup>86</sup> - Em *A Tribuna* e *A Gazeta*, publicadas em 23/02/1996, respectivamente nas páginas 09 e 10.

O levantamento confirma que não houve um grande investimento em publicidade (principalmente se considerarmos que esses números expressam basicamente os convites para os eventos públicos). E, além disso, revela como foram variadas as formas de abordagem do *Vitória do Futuro*, com a predominância de notas, notícias e artigos. Embora ocupem espaços reduzidos, considerando-se a dimensão do jornal, a grande quantidade de notas foi importante por dois fatores. Primeiro, como nem sempre estavam vinculadas à realização dos eventos, elas ajudaram a manter o tema na mídia, mesmo quando não havia fatos de interesse jornalístico. Em segundo lugar, muitas delas apareceram em colunas assinadas e expressavam opiniões, sempre positivas, a respeito do projeto. Na tabela 6 apresentamos a relação das menções encontradas nos jornais sobre o assunto, por ordem cronológica, destacando o veículo, o título e o gênero.

**Tabela 5 -**

**Detalhamento da cobertura da imprensa escrita\***

	<b>V</b>	<b>Data</b>	<b>Pg.</b>	<b>Título</b>	<b>G</b>	<b>Comentários</b>
1	G	15/01	5	O futuro é agora	A	Apresenta o projeto
2	T	28/01	28	<i>Vitória do Futuro</i> planeja mudanças até 2015	R	Ampla visão do projeto, das etapas, objetivos e metodologia.
3	G	29/01	6	Projeto vai tornar Vitória Referência para o País	No	Explica o projeto, repercute matéria do dia anterior
4	G	10/02	5	Cidades irmãs	Na	Documento para tornar Miami e Vitória cidades irmãs fará parte do <i>Vitória do Futuro</i>
5	G	15/02	5	Agenda 96	A	Avalia a 8ª plenária de Planejamento Estratégico da Prefeitura, referindo-se ao <i>Vitória do Futuro</i>
6	T	16/02	11	Prefeitura anuncia Projetos prioritários	No	Menciona <i>Vitória do Futuro</i> entre os projetos
7	T	16/02		Cartas	C	Vereador afirma que seu projeto integra-se perfeitamente ao <i>Vitória do Futuro</i>
8	G	22/02	13	Diga presente à <i>Vitória do Futuro</i>	P	Convite com programação para o seminário de lançamento do <i>Vitória do Futuro</i>
9	T	22/02	13	Diga presente à <i>Vitória do Futuro</i>	P	Convite com programação para o seminário de lançamento do <i>Vitória do Futuro</i>
10	T	23/02	9	Projeto vai discutir Vitória do ano 2010	No	Prefeito visita a Rede Tribuna de Comunicações, e convida o diretor da entidade para integrar-se ao Conselho.
11	G	23/02	10	sem título	Na	Prefeito visita Rede Gazeta de Comunicações, convida o presidente da entidade para integrar-se ao Conselho.
12	T	23/02	26	Em alta	C	Visita do Prefeito à <i>Tribuna</i> , com o mesmo objetivo
13	G	23/02	4	sem título	Na	Sobre o lançamento do projeto
14	T	23/02	13	Diga presente à <i>Vitória do Futuro</i>	P	Convite com programação para o seminário de lançamento do <i>Vitória do Futuro</i>
15	T	24/02	2	Vitória terá planejamento Estratégico para 15	No	Aborda o lançamento do projeto, objetivos, metodologia

				anos		
16	G	24/02	10	Pesquisa definirá Vocação para Vitória	No	Anuncia que <i>Vitória do Futuro</i> , através de pesquisas e trabalho de 300 pessoas, definir� a voca�o da cidade
17	T	24/02	13	Diga presente � <i>Vitória do Futuro</i>	P	Convite com programa�o para o seminário de lançamento do <i>Vitória do Futuro</i>
18	T	24/02	28	<i>Vitória do Futuro</i>	Ed	Empresa afirma publicamente sua participa�o e "com certeza naquilo que depender da Rede Tribuna de Comunica�o, o projeto <i>Vitória do Futuro</i> já tem sucesso garantido"
19	G	25/02	2	Diga presente � <i>Vitória do Futuro</i>	P	Convite com programa�o para o seminário de lançamento do <i>Vitória do Futuro</i>
20	G	25/02	6	sem título	Na	Anuncia o palestrante espanhol que falar� no seminário de lançamento
21	G	26/02	6	sem título	Na	Anuncia seminário inicial do <i>Vitória do Futuro</i>
22	T	27/02	32	sem título	Na	Comenta criatividade da campanha publicitária do <i>Vitória do Futuro</i>
23	T	27/02	32	<i>Vitória do Futuro</i> inicia com seminário	No	Informa�es sobre programa�o do projeto, metodologia. Menciona a participa�o da Rede Tribuna no conselho, a convite do prefeito
24	G	27/02	2	Diga presente � <i>Vitória do Futuro</i>	P	Convite com programa�o para o seminário de lançamento do projeto
25	G	27/02	4	sem título	Na	Lançamento do projeto deve desencadear a Participa�o da popula�o
26	T	27/02	13	Diga presente � <i>Vitória do Futuro</i>	P	Convite com programa�o para o seminário de lançamento do <i>Vitória do Futuro</i>
27	G	28/02	5	A Vitória possível	A	Valoriza o esforço de planejar a cidade
28	G	28/02	2	Diga presente � <i>Vitória do Futuro</i>	P	Convite com programa�o para o seminário de lançamento do <i>Vitória do Futuro</i>
29	T	28/02	11	Diga presente � <i>Vitória do Futuro</i>	P	Convite com programa�o para o seminário de lançamento do <i>Vitória do Futuro</i>
30	G	28/02	4	sem título	Na	Lançamento do projeto
32	G	29/02	2-B	Projeto <i>Vitória do Futuro</i>	Na	Refere-se � importância do projeto
33	G	29/02	2-B	Concurso de reda�o	Na	Informa sobre o concurso
34	G	29/02	2	Diga presente � <i>Vitória do Futuro</i>	P	Convite com programa�o para o seminário de lançamento do <i>Vitória do Futuro</i>
35	G	29/02	4	Cartas	Ca	Vereador informa que seu projeto � compatível com <i>Vitória do Futuro</i>
36	T	29/02		De olho no futuro	Co	Referência a importância do projeto
37	G	29/02	5	No presente, a <i>Vitória do Futuro</i>	A	Faz referência � importância do projeto
38	T	29/02	14	Diga presente a <i>Vitória do Futuro</i>	P	Convite com programa�o para o seminário de lançamento do <i>Vitória do Futuro</i>
39	G	01/03	12	Começam as etapas do Projeto <i>Vitória do Futuro</i>	No	Descreve as etapas
40	G	01/03	12	A cidade não se pensa, se faz	En	Entrevista com o consultor espanhol
41	T	01/03	5	Vitória de quase meio século discute futuro	No	Bastante informativa, trata os t�picos que serão discutidos no projeto
42	G	02/03	5	A cidade e seus Construtores	A	"...planejar uma cidade é a vitória das importâncias sobre as urgências. A cidade só pode despende

						tempo para planejar seu futuro na medida em que as demandas urgentes não sejam a prioridade do dia a dia"
43	G	02/03	2	Concurso de redação	Na	Explica o concurso
44	G	04/03	2	Sem título	Na	Anuncia visita de prefeito ao reitor para apresentar o <i>Vitória do Futuro</i>
45	G	04/03	2	Sem título	Na	Prefeito apresenta o projeto <i>Vitória do Futuro</i> ao reitor da UFES
46	G	04/03	39	Sem título	Na	Exorta conhecer o que está sendo feito no <i>Vitória do Futuro</i>
47	G	10/03	4	Opinião do Leitor	Ca	Comentários sobre o projeto
48	G	17/03	5	Políticas públicas e Democracia	A	Referência indireta
49	G	04/04	9	Iate Club agradece dá parabéns ao prefeito pelo <i>Vitória do Futuro</i>	P	-
50	T	16/04	2-B	Concurso de Redação	Na	Explica o concurso
51	G	17/04	2-B	Concurso de Redação	Na	Explica o concurso
52	G	21/04	5	Dúvidas e certezas	A	Fala dos candidatos à sucessão municipal, refere-se ao <i>Vitória do Futuro</i>
53	G	23/04	2-B	Concurso de Redação	Na	Explica o concurso
54	T	25/04	9	População aponta trânsito como vilão de Vitória	R	Divulga resultado da pesquisa inicial do <i>Vitória do Futuro</i> , explica o projeto
55	G	25/04	17	Pesquisa revela pontos Vulneráveis de Vitória	No	Divulga resultado da pesquisa, explica objetivos e metodologia do projeto
56	T	26/04	4	Falsas prioridades	Ed	Apoia a pesquisado <i>Vitória do Futuro</i> como fonte valiosa de informação para evitar as falsas prioridades dos administradores
57	G	28/04	4-B	Lançamento do livro <i>Vitória do Futuro</i>	Na	Explica o livro e faz referência ao projeto
58	G	29/04	1-B	O futuro chama, diga presente	No	Matéria de página inteira sobre o livro. Faz referência a projeto
59	G	08/05	4	Lançamento do Concurso de redação	Na	Explica o concurso
60	G	09/05	17	Concurso vai ter redação sobre Vitória	No	Explica o concurso
61	T	09/05	4	Lançado concurso de redação sobre Vitória	No	Menciona o projeto <i>Vitória do Futuro</i>
62	G	10/05	27	Em alta	Na	“O incentivo ao debate, lançado pela Prefeitura, ao instituir o concurso de redação <i>Vitória do Futuro</i> nas escolas municipais. É importante estimular os jovens a pensar soluções para as cidades a partir de suas experiências cotidianas”.
63	G	11/05	7	<i>Vitória do Futuro</i>	Na	Informa próxima reunião do Conselho Municipal do <i>Vitória do Futuro</i>
64	G	14/05	15	<i>Vitória do Futuro</i> pode Priorizar idoso	No	Repercute diagnóstico que será apresentado na reunião do Conselho. Explica objetivo e metodologia do projeto.
65	G	15/05	6	Futuro	Co	Apoia o projeto, especialmente o diagnóstico.
66	T	15/05	8	Pesquisa identifica Potencial de Vitória	No	Repercute apresentação do diagnóstico, informa próximos passos do projeto. Último parágrafo

						informa que <i>Vitória do Futuro</i> será tema de debate na UFES.
67	T	15/05	26	<i>Vitória do Futuro</i>	Ed	Comenta diagnóstico
68	G	19/05	4	Turismo	Na	Comenta diagnóstico
69	G	22/05	4	Vitória comemora um Século de urbanização	No	Lançamento de <i>Novo Arrabalde</i> comentando o "encontro" entre os planos.
70	G	22/05	1-B	Lições urbanas Do passado	A	O lançamento do livro é importante "não só por trazer as lições urbanas do passado, mas também por fomentar o debate sobre o crescimento da capital capixaba".
71	T	22/05	7-B	Sem título	Na	Aplauda campanha publicitária do concurso de redação. Traz imagem de uma das peças
72	G	24/05	5	Aos conselheiros do Projeto <i>Vitória do Futuro</i>	P	Comunica alteração na data da reunião temática do Conselho
73	G	03/06	5	O novo arrabalde	A	Não faz referência direta ao <i>Vitória do Futuro</i> mas ao livro, reafirmando a importância do planejamento
73	T	04/06	7	Como resolver os Problemas de Vitória	R	Anuncia a apresentação do diagnóstico por especialistas. Faz referência aos objetivos e metodologia do projeto
74	T	04/06	26	Em alta	Na	"A iniciativa da PMV de abrir a toda a sociedade as discussões sobre alternativas para o futuro"
75	G	05/06	4	<i>Vitória do Futuro</i> elabora Cenários para 2010	R	Apresenta resultados da primeira reunião temática e anuncia próximos passos
76	T	05/06	04	Tudo pelo turismo	R	Descrição de alguns dos temas debatidos durante a apresentação. Em um dos "boxes", destaque para transporte
77	G	09/06	10	Luiz Paulo promete Continuar obra De Hartung	No	Na condição de candidato oficial, Luiz Paulo Vellozo analisa tendências futuras tendo <i>Vitória do Futuro</i> como referência
78	G	18/06	6	Trânsito em transe	Na	Sobre esforço dos conselheiros na busca de alternativas para o trânsito
79	T	29/06	4	Especialistas apontam Os rumos para Vitória	No	Resultados com os conselheiros e informações sobre próxima reunião
80	G	30/06	31	Estudante: a Vitória que Você esperava está aqui	P	Divulga nome dos vencedores do concurso de redação
81	G	01/07	1	Aos conselheiros do Projeto <i>Vitória do Futuro</i>	P	Convite da PMV para a 3ª reunião do conselho
82	T	02/07	24	Em alta	Na	PMV dá outro passo importante no projeto
83	T	02/07	05	sem título	Na	Prefeito comanda terceira reunião do Projeto <i>Vitória do Futuro</i> (hora/local)
84	G	03/07	7	Começa este mês plano para a cidade ideal	No	Faz retrospecto das etapas, usa a metáfora caranguejo e marlin
85	G	04/07	5	<i>Vitória do Futuro</i> : Momento decisivo	A	Faz referência à importância da etapa em discussão
86	T	06/07	32	Reflexão	Na	Comenta relatórios sobre cenários

87	T	07/07	27	Em alta	Na	Projeto entra na fase de detalhamento
88	G	07/07	5	O salto do marlin azul	A	Trata da importância do planejamento
89	G	11/07	1	A PMV convida para a Solenidade entrega dos prêmios do concurso de redação <i>Vitória do Futuro</i>	P	-
90	T	12/07	7	Crianças são premiadas em concurso	R	Contextualiza o concurso dentro do projeto
91	T	13/07	26	<i>Vitória do Futuro</i>	Ed	Trata da importância do projeto para a cidade
92	G	14/07	9	A Vitória que a CST quer	P	Traz a relação dos ganhadores do concurso de redação
92	T	14/07	5	A Vitória que a CST quer	P	Idem
93	T	18/07		Carta	Ca	O segundo lugar no concurso de redação critica a pouca divulgação dos textos premiados. Carta e redação são publicados na íntegra
94	G	23/07	5	Pensando o futuro de Vitória	A	Comenta a importância de pensar o futuro, sem referir-se diretamente ao <i>Vitória do Futuro</i>
95	G	25/07/96	17	Reunião faz propostas Para o futuro de Vitória	No	Divulga propostas da reunião temática, próximas etapas e recupera as anteriores. Presidente da CDV expressa desejo de que o futuro prefeito implemente projeto
96	G	01/08	5	<i>A Vitória do Futuro</i>	A	Comenta a necessidade de pensar o futuro e de atrelar outras cidades da região metropolitana no processo
97	G	04/08	5	Pensando o futuro de Vitória	A	Analisa projeto já na reta final
98	G	14/08	5	Vitória e as empresas de base tecnológica	A	Apoio à criação de empresas de alta tecnologia, "essa vontade da cidade estará consagrada no seu Plano Estratégico <i>Vitória do Futuro</i> , pois no cenário desejável, o salto do marlin azul, ficará estabelecido que Vitória desenvolverá ações e projetos..."
99	T	15/08	5	Criação do Conselho Municipal do Turismo Pretende formular política para o setor	No	Apoiado nas conclusões do plano, Conselho Municipal do Turismo quer formular política para o setor
100	G	15/08	1	Aos conselheiros do Projeto <i>Vitória do Futuro</i>	P	Convite para a 4ª reunião do Conselho
101	T	15/08	1	Aos conselheiros do Projeto <i>Vitória do Futuro</i>	P	Idem
102	G	15/08	14	Vitória participa do programa para Turismo	No	Secretaria de Turismo integra grupos interessados no projeto <i>Vitória do Futuro</i>
103	T	15/08	5	Conselho quer Vitória com plano de turismo	No	Apoiado no projeto <i>Vitória do Futuro</i> , é criado o Conselho Municipal de Turismo que pretende reformular política do setor
104	G	17/08	14	Projeto propõe túnel e eixos para Vitória	No	Anuncia a apresentação do Plano Estratégico, adianta algumas das propostas e recupera o processo
105	G	21/08	5	Desenvolvimento	A	Importância de considerar o meio ambiente no

				Sustentável		plano de desenvolvimento
106	G	02/09	7	<i>Vitória do Futuro</i>	Na	Anuncia a finalização do projeto e avalia que é viável
107	G	03/09	6	sem título	Na	Anuncia a apresentação do Plano Estratégico
108	T	05/09	2	Túnel central na cidade - projeto <i>Vitória do Futuro</i> está pronto	R	Matéria de página inteira, apresenta os resultados do projeto. Assinada por três jornalistas.
109	G	08/09	5	Uma ponte para o futuro	A	Anuncia a entrega do <i>Vitória do Futuro</i> no aniversário da cidade, comenta o programa, sua evolução e a participação dos cidadãos.
110	G	08/09	30	Vitória precisa estar atenta à concorrência	En	Entrevista de página inteira com Júlio Mourão
111	G	08/09	14	Perspectiva	Co	Analisa a situação de Vitória aos 445 anos e a preparação para o futuro, através do projeto
112	G	10/09	5	Vitória ganha hoje seu novo plano de ação	No	Anuncia o lançamento do plano e faz retrospectiva do processo.
113	G	10/09	14	Cidade recebe hoje o projeto <i>Vitória do Futuro</i> : o que é o documento	No	Informações sobre a solenidade de entrega, trânsito e estacionamento, além da programação artística
114	G	10/09	4	A cidade sem futuro	Co	Critica o projeto
115	G	10/09	5	sem título	Na	Entrega do projeto, data/local/hora
116	G	11/09	16	Conselho vai fiscalizar o projeto	No	Trata da institucionalização do Conselho para fiscalizar o projeto. Relata a solenidade de entrega e recupera o processo.
117	G	13/09	3	Vitória pergunta	Co	Na coluna que propõe questões aos candidatos, Luiz P. Vellozo menciona a atenção que o trânsito despertou no <i>Vitória do Futuro</i> .
118	G	13/09	21	Projeto <i>Vitória do Futuro</i>	P	Publicidade do CDV, parabenizando a cidade e a administração pelo projeto
119	T	14/09	5	Trânsito só muda com sinal	R	Reportagem de página inteira trata da pesquisa sobre trânsito que oferece subsídios ao projeto
120	G	14/09	5	A cidade se reconhece	A	A partir do projeto, traça comentários sobre os desafios da cidade
121	G	26/09	3	Vitória pergunta	Co	Questão proposta aos candidatos a prefeito: "A Projeto <i>Vitória do Futuro</i> prevê obras de grande porte para melhorar o tráfego na cidade, como viadutos, túneis e pontes. O(a) Sr.(a) é favorável à realização das obras?"
122	G	27/09	5	O salto para a metrópole	A	Discute a necessidade da metropolização
123	G	29/09	5	Cidade, cidadão, Cidadania	A	Discute o resgate da cidadania e da auto-estima da cidade graças a Paulo Hartung e refere-se ao <i>Vitória do Futuro</i> , sua maior obra.
124	G	29/09	8	O setor privado pode dar certo	E	Candidato, Luiz Paulo Vellozo faz referência ao projeto que, segundo ele, coloca a cidade em um patamar diferente das demais.
125	G	29/09	9	Nunca fui candidata de chapa branca	E	A candidata à Prefeitura, Rita Camata, utiliza dados do <i>Vitória do Futuro</i> para explicar seus projetos.

\* Os jornais são A *Gazeta* (G) e A *Tribuna* (T). Apenas para efeito deste trabalho foram considerados como gêneros: artigos (A), reportagens (R), notícias (No), notas (Na), colunas (Co), Editoriais (Ed), entrevistas (En), cartas (Ca) e publicidade (P).

Embora o nosso objetivo neste trabalho não seja avaliar a qualidade do material noticioso produzido pela imprensa diária, é importante ressaltar que todos os membros da coordenação ou especialistas entrevistados declararam-se satisfeitos e surpresos com a divulgação obtida. Para o ex-coordenador de comunicação da PMV, Sebastião Barbosa, a cobertura “se deu de uma forma intensa” já que os idealizadores e o próprio prefeito tiveram amplos espaços na mídia. E conclui: “Não tenho dúvida que um dos fatores do sucesso da mobilização foi a divulgação massiva”. A ex-secretária executiva do *Vitória do Futuro* também avalia que a imprensa foi “100% eficiente”. E repete o mesmo argumento utilizado por Paula Almeida, ao explicar o sucesso da publicidade: “Esse modelo proposto só funcionou porque o produto era bom. Às vezes o marketing é bom mas o produto não”, afirmou Lília Mello. Ao lado do Prefeito Municipal, ela foi uma das pessoas mais expostas à mídia ao longo do planejamento, e o seu depoimento traduz o papel chave da divulgação através dos meios de massa:

*Certo dia fui À Tribuna e, quando fui identificar-me, o rapaz da recepção falou: ‘A senhora é a moça do Vitória do Futuro, não é?’ Perguntei: ‘Como é que você sabe?’ E ele respondeu: ‘Eu vi na TV’. Lá em cima, na sala do presidente, a secretária também me reconheceu, pelo mesmo motivo. Ou seja, o Vitória do Futuro já estava na cabeça das pessoas. As pessoas me viam e viam o Vitória do Futuro.*

O levantamento realizado na imprensa escrita também revelou que as propostas aprovadas pelo Conselho Municipal tornaram-se um dos temas recorrentes na cobertura da campanha eleitoral. Foi o caso da coluna *Vitória Pergunta*, veiculada por *A Gazeta* nas semanas que antecederam às eleições, propondo questões comuns aos concorrentes à chefia do Executivo Municipal. No dia 26/09/1996, a pergunta era: "O projeto *Vitória do Futuro* prevê obras de grande porte para melhorar o tráfego na cidade, como viadutos, túneis e pontes. O(a) Sr.(a) é favorável à realização das obras?", o que obrigou a todos os entrevistados a se remeterem ao plano - que já havia sido mencionado pelo então candidato Luiz Paulo Vellozo, em 13/06, na mesma coluna. Finalmente, no dia 29/09 *A Gazeta* publicou entrevistas de páginas inteiras com Vellozo e Rita Camata, os dois principais concorrentes do pleito. Ambos citam o projeto, sendo que ela recorre às informações e propostas do *Vitória do Futuro* para explicar seu programa de governo.

Ou seja, não há dúvidas de que a mobilização e os resultados da Agenda 21 local de Vitória ganharam credibilidade e visibilidade, transformando-se em referência obrigatória dos veículos de massa, das lideranças e de outros reeditores e, por conseguinte, de grande parte da popula-

ção. Também é possível supor que, pelas mesmas razões, as propostas aprovadas pelo Conselho teriam peso nos planos da próxima gestão, qualquer que fosse o candidato eleito. Além do mais, a tradição de organização e participação popular na gestão municipal certamente representaria alguma pressão neste sentido. Segundo Lília Mello, uma das questões mais freqüentes dos jornalistas tratava justamente da garantia da implementação do projeto pelas próximas administrações. E, segundo ela, a resposta que os repórteres obtinham era sempre a mesma: “Depende de vocês”.

Como o novo Prefeito Municipal definiu as prioridades de seu governo a partir do *Vitória do Futuro*, não houve razões para cobranças deste tipo por parte da imprensa local. No entanto, é preciso lembrar que a prática do jornalismo diário - com as eventuais exceções - tem sido trabalhar o factual, com pouco espaço para memória histórica ou contextualização dos temas abordados. Neste caso, cabe especular: qual teria sido a postura da imprensa se o candidato eleito não levasse em consideração os estudos, pesquisas e debates que resultaram em um plano de desenvolvimento para a cidade? Qualquer tentativa de resposta fica no campo das suposições, mas essa é uma pergunta pertinente e aflita - diante de uma realidade que não deixa margem para muitas esperanças.

### **3.2 - Macro comunicação**

Se a comunicação de massa atingiu um público amplo e heterogêneo com dados gerais, garantindo visibilidade e legitimidade à iniciativa, além de convocar para a participação no planejamento em vigor, a macro comunicação visou segmentos tais como, estudantes, artistas e funcionários da PMV. Foi aí que ocorreram, de fato, os encontros concretos entre o produtor da mobilização e os reeditores que se integraram ao processo. Para alcançar cada um deles foram utilizados veículos e conteúdos diferenciados – de acordo com a cultura e campo de ação do reeditor. Enumeramos aqui as principais estratégias de macro comunicação utilizadas durante o *Vitória do Futuro*: as reuniões públicas (plenárias, temáticas, de lançamento e de encerramento) e internas, o concurso de redação e as pesquisas de opinião realizadas com a população, os conselheiros e os funcionários da PMV. Incluímos ainda, como parte da comunicação realizada neste nível, os lançamentos dos livros *Novo Arrabalde* e *Escritos de Vitória - Vitória do Futuro* que, embora não fizessem parte das atividades oficiais do projeto, incorporam-se às estratégias que possibilitaram a adesão e contribuição de novos voluntários ao debate em curso. Trataremos, a seguir, de cada um desses momentos.

## a) As reuniões públicas

### a.1) Plenárias

Se na primeira parte deste capítulo descrevemos sucintamente as principais reuniões públicas que marcaram o projeto, trataremos agora de discorrer sobre alguns aspectos particulares para melhor avaliar como tais encontros colaboraram nos resultados da mobilização. Para compreender o papel desses encontros específicos, recorreremos ao trabalho de Moore (1993), voltado especificamente para a questão ambiental, que propõe a seguinte definição:

*Una reunión es un grupo selecto de individuos congregados para llevar a cabo uno o más objetivos predeterminados o para recibir cierta información. El propósito de una reunión es el de informar, capacitar o planear (resolver). Una serie de objetivos específicos evaluables se requieren para reuniones de tipo de capacitación o de planificación (Moore, 1993:131).*

Utilizando como base a classificação proposta pelo autor, podemos identificar dois tipos de reuniões realizadas durante o *Vitória do Futuro*: as "informativas" e as de "planificação ou solução de problemas". As sessões de abertura e encerramento e as reuniões plenárias enquadram-se no primeiro grupo, isto é, eram encontros organizados para informar, apresentar e discutir temas, novas idéias ou resultados de estudos. O método utilizado – principalmente em relação às plenárias – foi o da "informação preliminar"<sup>87</sup>, cujo objetivo é fazer “un reporte o informe del progreso alcanzado en un proyecto o la presentación de varias alternativas o soluciones a ciertos problemas” (Moore,1991:157).

Com a participação média de 500 pessoas, as reuniões plenárias serviram, sobretudo, para a apresentação dos relatos dos resultados obtidos e a orientação das próximas etapas do planejamento. Ou seja, era a abordagem de temas relativamente complexos para uma audiência considerável, disposta em espaços que não facilitavam intervenções ou debates (uma parte da platéia, inclusive, assistia através de telões) em um processo que se propunha participativo. Deparamo-nos aqui, com alguns dos desafios de iniciativas desse tipo: como incentivar, viabilizar e qualificar (no sentido de capacitar os envolvidos) a participação?

No caso das reuniões plenárias, consideramos que tais dificuldades foram vencidas ou ao menos diminuídas através do uso de alguns recursos específicos. O primeiro deles foi ampla

---

<sup>87</sup> - Outro método de reunião informativa que se aproxima das referidas plenárias é o de ‘conferência’, definida na obra como “classes formales sobre un tema específico para propósitos de capacitación o información. Es un método

divulgação dada a todos os eventos. Porém, a organização dos encontros foi fundamental. Não é necessário discorrer aqui sobre os cuidados necessários para que reuniões, palestras ou debates cumpram seus objetivos - tema amplamente tratado nos manuais sobre o assunto. Além da clareza das datas e pautas, as plenárias do *Vitória do Futuro* caracterizaram-se pela rotina detalhada no capítulo anterior: esclarecimentos do tema e dos objetivos da reunião, em seguida relato dos resultados das pesquisas e finalmente das conclusões consolidadas pelo Grupo Prospectivo para que fossem discutidas e aprovadas pelo Conselho.

Os principais pontos de cada encontro eram sempre apresentados com o apoio de transparências para facilitar o acompanhamento dos conselheiros e convidados - que recebiam, ainda, uma síntese impressa do material. Na segunda reunião plenária, por exemplo, foram utilizadas 29 transparências sobre o tema do encontro (Cenários) e 20 para o resultado da sondagem de opinião. Naquela ocasião, a pasta distribuída aos conselheiros continha a versão escrita preliminar dos Cenários (10 páginas) e os formulários da consulta sobre a próxima etapa, Estratégias e propostas (03 páginas). Na terceira reunião plenária foram utilizadas 34 transparências para apresentar as Estratégias e propostas e 22 para os resultados da pesquisa. O documento escrito distribuído então continha 22 páginas. No Anexo 13 apresentamos algumas das transparências utilizadas na primeira reunião plenária que tratou do Diagnóstico da cidade. No Anexo 14 reproduzimos parte da versão preliminar referente ao tema, distribuída na mesma ocasião, e no Anexo 15 as páginas iniciais do Diagnóstico publicadas no documento final.

As atas das reuniões internas do Grupo Prospectivo revelaram que algumas das idéias propostas para estimular a participação nas plenárias acabaram não acontecendo. Uma delas era a de enviar, com antecedência, documentos contendo as conclusões iniciais referentes a cada uma das etapas, para que os conselheiros pudessem estudá-las e levar sugestões para os encontros. Do ponto de vista didático ou da qualificação da participação, a entrega do material apenas no momento da reunião foi, de fato, um elemento limitador. No entanto, ainda assim podemos considerar que havia uma capacitação inicial, que ocorria antes das consultas aos conselheiros. Por exemplo: só após a conclusão e apresentação do Diagnóstico foi aplicada a pesquisa referente ao tema seguinte, os Cenários. E assim ocorreu nas demais etapas. Além disso, as reuniões temáticas sempre retomavam as questões das plenárias, para que elas fossem aprofundadas e

---

de contar, de decir. Usualmente es una comunicación en un solo sentido o una solo via” (Moore, 1999:150). Entre os objetivos das conferências está o de explicar um processo, resumir ou apresentar um material a um grupo numeroso.

discutidas, inclusive com os especialistas e os convidados. E, pelo menos aqui, os conselheiros já dispunham dos subsídios impressos.

A boa organização desses fóruns foi uma referência constante: “Eles motivavam e ajudavam a participação. Tanto a das pessoas de nível mais esclarecido como daquelas de comunidades carentes”, disse o conselheiro César Augusto Villar de Melo.<sup>88</sup> A objetividade e a clareza das exposições realizadas durante as plenárias, com o apoio dos recursos audiovisuais, foram fatores importantes para a difusão das informações especializadas e a tomada de decisões. Os conselheiros apontam o resultado positivo da metodologia:

*Durante as reuniões, as explicações eram bem claras. Qualquer pessoa podia entender perfeitamente o que estava sendo colocado. A participação realmente acontecia. Tudo era discutido por todos. A Prefeitura inclusive distribuiu um questionário para todos os moradores do município, sobre educação, saúde, lazer. Queria saber tudo que a sociedade achava e como podia melhorar a cidade. Essas propostas foram depois incorporadas ao projeto. (Maria Benevita Alves, dona de casa e representante da Associação dos Moradores do Bairro Universitário)<sup>89</sup>*

*De forma geral, as pessoas puderam entender o que estava se buscando. Isso era o mais importante: tirar aquela visão da gestão de curto prazo. Projetar o futuro. Tudo foi bem colocado, os expositores, os materiais. (César Augusto Villar de Melo, do Sindicato da Indústria da Construção Civil)*

*Era um processo de capacitação. Eu usufruí muito mais que colaborei. Meu sentimento: o projeto é resultado do esforço de muitas pessoas e foi montado o que poderia ser alcançado. Mas que não virá por acaso, mas se houver um esforço nesse sentido. Acho que esse sentimento foi geral. Eu conversava com as pessoas no intervalo, com representantes de bairro, com os vereadores. Todos estavam aprendendo muito. (Fernando Luiz Vieira, vendedor autônomo e representante da Associação Comunitária do Jardim Camburi)<sup>90</sup>*

*Dava para entender as explicações. Mas gosto mais de prestar atenção. A gente, que é menos favorecido, sempre faz isso para aprender. As reuniões e os debates não constrangeram ninguém. Os temas foram bem colocados. As coisas muito bem faladas. No final, alguns alunos que haviam feito a redação receberam prêmios. Achei interessante eles praticarem. (Januário Batista Lemos, aposentado, representante da comunidade da Obra Social Comunidade Forte São João)<sup>91</sup>*

---

<sup>88</sup> - Entrevista concedida à autora no dia 15/05/2001.

<sup>89</sup> - Entrevista concedida à autora no dia 24/05/2001.

<sup>90</sup> - Entrevista concedida à autora no dia 13/05/2001.

<sup>91</sup> - Entrevista concedida à autora no dia 18/05/2001.

O ex-secretário municipal de Planejamento, Haroldo Corrêa, também fez uma leitura positiva do processo e, a partir da experiência, refletiu sobre as diferentes formas de participação, numa leitura bastante similar às de Peruzzo (1998), apresentadas no capítulo 2:

*Havia um bom debate, um tempo razoável para contribuir. Era possível enviar sugestões. E as pessoas enviavam e viam o que estava sendo proposto. Algumas pessoas até se angustiavam pois pensavam que, como era um planejamento participativo, cada um teria que escrever pelo menos uma linha. Mas não é assim. Se você vai lá, se o problema é exposto de uma forma didática, tem uma linguagem que não seja distante, mas próxima da média das pessoas, ainda que seja técnica, a maioria entende. As pessoas também escreveriam aquilo. Então, como dizer que elas não participaram? Elas vão lá, assistem, vêem e legitimam aquilo. Às vezes não é preciso falar. Você sentia isso na platéia, que estava legitimado, que não era um documento intelectual.*

#### a.2) Temáticas

No capítulo anterior, descrevemos as rodadas de fóruns temáticos que precederam à elaboração, respectivamente, dos Cenários e das Estratégias e propostas. Comparadas às plenárias, as reuniões temáticas foram encontros de menor porte, de caráter mais técnico que político e, por isso, de menor visibilidade (principalmente se consideramos a imprensa). No entanto, os relatórios internos do *Vitória do Futuro* indicam os mesmos cuidados na preparação desses eventos. Enquanto as reuniões plenárias foram marcadas pelas apresentações dos consultores para uma grande platéia submetida à condição de ouvinte, as temáticas caracterizaram-se pelo contato direto e debate entre os especialistas e o público. Por suas características elas assemelham-se às "reuniões de planificação ou de solução de problema", descritas por Moore (1993:143), que visam capitalizar as habilidades, conhecimentos e experiência do grupo "con el propósito de desarrollar planes, soluciones, decisiones, y otras especificaciones necesarias para actuar".<sup>92</sup>

Sob o aspecto da comunicação, de participação popular ou mesmo de negociação ambiental, os encontros temáticos constituíram-se no ponto alto de todo processo: realizados com grupos reduzidos de convidados e conselheiros que haviam optado pelos temas de sua preferência, ali se explicitavam as dúvidas, os conflitos e eram tecidos os acordos. É importante lembrar que, no projeto original do *Vitória do Futuro*, a participação da população se daria apenas através da formação do Conselho Municipal (que legitimaria os trabalhos feitos pelos especialistas durante os fóruns abertos), das pesquisas e do concurso de redação. As reuniões temáticas surgi-

---

<sup>92</sup> - Na classificação proposta por Moore (1997:148), trata-se do método "Diálogo/discussão", um dos muitos que podem ser aplicado nas reuniões de "Planificação ou solução de problemas".

ram da constatação que seria impossível a realização de debates nos grandes eventos, como explicou ex-coordenadora técnica do *Vitória do Futuro*, Madalena de Carvalho Nepomuceno:<sup>93</sup>

*Nas discussões preliminares de organização, havia o desejo de abrir o máximo que pudéssemos, dentro dessas condições: limite de prazo, compromisso com patrocinadores... Não era um projeto que se podia estender por dois anos.... A proposta inicial que algumas pessoas defenderam, e eu era uma delas, era de 'descer' ao nível dos bairros... Mesmo sabendo da representatividade dos conselheiros, queríamos levar os especialistas para os bairros. Mas não havia tempo para isso. Aí traçamos uma segunda alternativa: fazer por regiões. Chamaríamos um conjunto de bairros, faríamos a mobilização, a divulgação, colocaríamos no rádio, na TV... Marcaríamos um horário e os moradores e os especialistas estariam lá. Mas também não foi possível. Foi quando nós encaixamos os encontros temáticos, que era o que se podia encaixar.*

Através do depoimento acima é possível presumir a existência da tensão entre as propostas do projeto considerado ideal e o possível – tendo em vista as limitações descritas. O ideal, nesse caso, não seria totalmente uma inovação: a prática de discussão nos bairros já estava instituída em Vitória há quase uma década, através do programa de orçamento popular. Mas, mesmo não tendo se configurado a instigante situação dos especialistas *descendo* aos bairros para debater com os moradores um plano para a cidade, as reuniões temáticas trouxeram à tona alguns dos elementos mais caros na discussão da esfera pública, da busca de novas formas de gestão ou de resolução da crise ambiental contemporânea. Vejamos como elas foram descritas pelo consultor Júlio Mourão:

*A deliberação de fato acontecia nas reuniões temáticas. Ali se decidia: no documento final vai sair assim, assim... Nada poderia ser votado, mas sempre consensuado. Isso é, todos juntos chegavam à conclusão do que era melhor. Em um caso em que não houve consenso, por exemplo, estabeleceu-se um acordo e a proposta minoritária aparece no documento dizendo que na época da implantação do projeto ela deve ser considerada.. Em nenhum momento houve vitória do Grupo X ou Y. Discutimos até a exaustão. O processo era feito nesse caminho. O momento decisivo, o núcleo, foram as reuniões temáticas. Não se privilegiou mais um grupo ou outro, nem o próprio Paulo Hartung que teve várias opiniões dele abortadas.*

Ou seja, eram momentos quando, com a presença dos vários setores do município, buscava-se criar condições para que os melhores argumentos e propostas para a cidade tivessem "chance real de prevalecer frente às visões instrumentistas dos atores políticos e econômicos tradicionais" (Leis,1997:240). Pretensões que, na prática, esbarram nas dificuldades de encami-

---

<sup>93</sup> - Entrevista concedida à autora no dia 19/10/2000.

nhar os debates de forma que as soluções ou propostas reflitam o desejo da maioria (consideradas as premissas da sustentabilidade); romper os possíveis problemas de linguagem e/ou postura que podem dividir os especialistas presentes dos demais participantes ou estabelecer um clima de cordialidade que favoreça a participação de todos.

Embora sejam necessárias maiores análises para verificar se tais dificuldades foram ou não superadas durante o *Vitória do Futuro*, os depoimentos dos conselheiros e participantes permitem supor que as reuniões temáticas aproximam-se das características e objetivos da esfera pública moderna (no sentido habermasiano): espaços onde os interesses, vontades e pretensões que comportam conseqüências concernentes a uma coletividade devem apresentar-se discursiva e argumentativamente, de forma aberta e racional (Gomes, 1998:155). É importante lembrar que os integrantes do Conselho Municipal eram membros das associações de bairro locais, comitês do orçamento popular ou conselhos setoriais municipais; lideranças políticas ou empresariais. De forma geral, portanto, todos tinham prática neste tipo de dinâmica, embora uma discussão com tal amplitude fosse inédita no município.

Contudo, não foi uma jornada fácil, os principais organizadores referiram-se às discussões "muitas vezes exaustivas" que ocorriam antes dos acordos finais. Porém, todos eles revelaram a satisfação e a surpresa (outra vez!) com a capacidade dos grupos em depurar os excessos e fazer as opções mais adequadas para a cidade. O que ajuda a explicar a relativa tranquilidade, segundo os entrevistados, com que foram resolvidos os enfrentamentos de interesses. Nos casos de dificuldade, quando o grupo não conseguia fechar acordos, eram convocados encontros posteriores para a continuação dos debates. Foi o que aconteceu com os temas Transporte e Trânsito, Violência e Meio Ambiente.<sup>94</sup> "Todo o investimento era feito na construção dos consensos, por isso foram feitas tantas reuniões quantas necessárias", explica Madalena Nepomuceno.

Também é verdade que vários dos temas discutidos ali - por exemplo, saúde ou educação - já tinham uma carga de reflexão acumulada nos espaços dos conselhos municipais, como observou a ex-secretária municipal de Ação Social, Vera Nacif<sup>95</sup>, que também atuou como especialista. Neste sentido, o *Vitória do Futuro* serviu para colocá-los em um contexto mais amplo.

---

<sup>94</sup> - Vários entrevistados confirmaram as reuniões extras para a construção de consensos, "quase dez" segundo um deles. Porém, através dos arquivos do projeto não foi possível precisar a quantidade exata desses encontros.

<sup>95</sup> - Entrevista concedida à autora no dia 19/05/2001.

Haroldo Corrêa também confirmou que as reuniões temáticas foram importantes para evidenciar as propostas ligadas a interesses particulares, especialmente de grandes empresas construtoras:

*E isso colocado no coletivo sai calibrado. Se era viável ou não. De uma forma absolutamente tranqüila. Havia uma triagem melhor do que entrava. Ao reunir diferentes segmentos, com diferentes visões da realidade, as coisas esdrúxulas, absurdas, são afastadas com tranqüilidade. E quase sempre não escapam as coisas importantes. Ali tudo será lembrado. E é impressionante como uma idéia, até muito simples, viável e óbvia, mas que ninguém tinha pensado antes, nasce de uma pessoa comum, uma liderança simples. Emerge e vai para o projeto. Porque a opinião média é muito razoável. E isso é muito importante.*

Assim, a dinâmica das reuniões "informativas" e de "solução de problemas" foi o fio condutor do processo coletivo de planejamento da cidade de Vitória. Evidentemente, não se pode esperar que a iniciativa do Executivo, ou a forma como foi desenvolvida, fosse recebida por todos com igual entusiasmo. Conselheiro representante do Sindicato dos Comerciários do Espírito Santo, Carlos Sérgio Martins<sup>96</sup> participou apenas de uma reunião plenária e revelou que tinha dúvidas se o projeto realmente mudaria a cidade ou ficaria no papel: "Acho que era mais para dizer que se estava fazendo alguma coisa". Já Carlos Martins, que na época também participava da Comissão de Trabalho e Geração de Emprego da Prefeitura Municipal, atribuiu suas ausências a outros fatores. Também conselheiro, o tributarista Guido Pinheiro Cortes<sup>97</sup>, presente apenas na abertura do projeto, justificou as suas ausências por não concordar com a metodologia empregada: "Por experiência pessoal, acho que um conselho que reúne uma centena de membros tende a produzir pouco. A possibilidade de intervenção pessoal é zero. Acho que esse modelo não funciona. Eu teria pouco a colaborar".

As opiniões acima, embora soem discrepantes de outras ouvidas durante as entrevistas, não podem ser descartadas. No último depoimento aparece, de forma explícita, o descrédito ou temor comum diante da participação. A abertura para o debate e tomada de decisões conjuntas entre a população e os gestores implica em opções e caminhos desconhecidos - e às vezes sem volta - além, é claro, de novas responsabilidades para ambos os lados. Até mesmo a satisfação final da maioria aparentemente foi antecedida pela insegurança: "Às vezes a gente via um certo temor nas lideranças políticas ou comunitárias, porque era um processo aberto, com 500 pessoas discutindo", contou Haroldo Corrêa. Entre a equipe da PMV, atenta à proximidade das eleições, a grande preocupação era que alguns dos problemas estruturais da cidade, acumulados ao longo

---

<sup>96</sup> - Entrevista concedida à autora no dia 23/05/2001.

dos anos, fossem atribuídos à administração Paulo Hartung. Mas isso acabou não acontecendo, segundo o ex-secretário municipal de Planejamento.

Diante desses fatos, é possível inferir que o *Vitória do Futuro* constituiu-se num processo de capacitação para todos os participantes. Não apenas os conselheiros, mas também os administradores e formuladores de políticas públicas foram submetidos a novas informações, desafios e realidades. Cidadãos anônimos transformaram-se em interlocutores com conhecimentos e propostas pertinentes e, conseqüentemente, maior poder de fiscalização. O exercício de democracia participativa, portanto, revelou-se enriquecedor: "A gente aprende que não é preciso ter medo", admitiu Haroldo Corrêa. Além disso, segundo ele, é falsa a presunção de que um projeto feito por especialistas seja melhor do que aquele elaborado por um fórum popular: "Se um grupo de intelectuais fizer o plano, haverá 15% de coisas que não farão muito sentido. Se você pegar o mesmo plano e passá-lo por um processo amplo e participativo, você terá que expurgar os mesmos 15%. Esse é o dado fundamental" .

#### a. 3) Celebração da participação

Segundo Toro, "a mobilização se concretiza quando os gestos, as crenças e as informações se consolidam, se propagam, se multiplicam e geram ações que concorram diretamente para os objetivos em função dos quais está sendo proposta" (1997: 80). Ela não se confunde com manifestações, campanhas ou grandes eventos, embora possa integrar todos eles. E aqui o autor oferece uma pista que nos ajuda a compreender não apenas a força das reuniões plenárias mas também a da solenidade de encerramento que descreveremos a seguir. Tal como Mafesoli (1995), Toro recorre ao vocabulário religioso ao apontar para a função de liturgia ou de ritual que os grandes eventos podem adquirir na mobilização: "é o momento de verificação pública quando, através de símbolos, manifestamos nossas crenças, renovamos nossa fé, sentimentos e disposições" (Toro, 1997: 80).

De fato, em uma sociedade marcada por governos centralizadores, pouca tradição de planejamento e menos ainda com vistas à sustentabilidade, todas tentativas para reverter esse quadro devem ser comemoradas. Como vai advertir-nos, mais adiante, um conselheiro, "ninguém sai impune quando participa de um processo como esse". Portanto, na busca da epifanização das aparências é possível considerar: mais que reuniões, debates, encontros e estudos para traçar um plano, o que se passou em Vitória, no ano de 1996, foi o ensaio de uma nova socieda-

---

<sup>97</sup> - Entrevista concedida à autora no dia 25/05/2001.

de, "socialmente justa e ecologicamente equilibrada", como também ousou sonhar a Conferência do Rio, em 1992.

A sessão que marcou a conclusão dos trabalhos do *Vitória do Futuro* merece algumas considerações. A entrega do projeto ocorreu nos moldes tradicionais de um fato político desse tipo (embora a leitura das redações premiadas e a entrega simbólica do plano ao Governador do Estado e aos estudantes evidenciassem o seu caráter participativo). No entanto, uma outra programação, em frente ao prédio onde se realizava a reunião oficial, acrescentou um tom popular e festivo ao acontecimento: era a celebração do sonho do futuro. Além de telões externos transmitindo a solenidade, foram providenciadas iluminação e decoração especiais para a área circunvizinha, apresentações da Orquestra Municipal e de corais, além de fogos de artifício e de um buzinaço no porto de Vitória - também nas imediações do teatro. Ao comentar a cerimônia final, denominada por ela "ritual de encerramento", Lília de Mello revela conhecimento empírico sobre a força das imagens e da liturgia na mobilização:

*A questão do espetáculo no encerramento foi uma bolação minha, para dar um gran finale a um processo que merecia a apoteose. Foi difícil a despedida, porque parecia que as pessoas não se cansariam nunca, se nós continuássemos o processo. Quando pensei nesse final, as pessoas me chamaram de Lília Spielberg. Se eu tivesse mais dinheiro, teria colocado os corais cantando das sacadas de prédios antigos, na Praça Costa Pereira. Mas o sistema de som para ar livre custaria uma nota, que nós não tínhamos mais.*

Não deixa de ser curiosa a relação estabelecida por Lília Mello entre a cerimônia de encerramento e as produções cinematográficas. Apenas um chiste ou a intuição de que é justamente através das imagens, do simbólico, que se dará o reencanto da vida, o retorno à comunidade (Mafesoli, 1995)? Assim, com um espetáculo *spielberguiano* encerraram-se os trabalhos de elaboração da Agenda 21 local de Vitória. Com apenas as duas exceções mencionadas, o retrospecto feito pelos conselheiros em relação a todo o processo redundou em adjetivos e superlativos positivos. Alguns se aventuraram a dizer que a experiência mudou a história dos participantes e da própria da cidade:

*Era um orgulho participar daquele projeto. A gente sentia que todas as pessoas participavam com muita vontade, com muito ideal e confiança. Houve uma resposta muito grande. O auditório estava sempre cheio, havia um interesse, um ideal. As pessoas não iam forçadas. Elas não eram obrigadas a ir, nem a responder aos questionários. Mesmo que tivesse havido pouca participação, ela teria sido importante. Ninguém sai do mesmo jeito que entrou quando par-*

*participa de um processo assim, só se for muito burro. Porque a cabeça das pessoas não está acostumada a participar, mas a obedecer. Então o processo de participação é diferente. Faz elas enxergarem algo mais que existe. Ninguém sai impune.* (Margarida Maria Capezzuti, professora e representante da Associação dos Amigos e Moradores da Ilha do Frade)<sup>98</sup>

*A gente não participava por participar. Você ia lá sabendo que aquilo tinha fundamentação, tinha base, uma organização muito boa. Acho que foi uma coisa revolucionária em termos de mudar o perfil da cidade. Acho que mudou até a visão do eleitorado. Eu falava com o Paulo Hartung: o capixaba ficou viciado. Vai ser difícil agora um administrador ruim ou um cara populista chegar aqui. Conversa fiada não adianta mais. O povo está viciado: quer uma coisa técnica, com conteúdo.* (Villar de Melo)

## **b) As reuniões internas**

Como ocorre em qualquer projeto de mobilização levado a cabo por organizações complexas, além das ações dirigidas ao público externo, são necessárias algumas específicas para o interno – visando transformá-lo também em reeditor. Neste sentido é importante verificar como as estratégias voltadas para os distintos públicos internos do *Vitória do Futuro* ajudaram a consolidar os fluxos de informação e sentidos em direção a um objetivo comum. As reuniões foram a principal estratégia utilizada neste caso, especialmente com aqueles diretamente envolvidos nas atividades de organização e produção de estudos. É impossível precisar quantas aconteceram na fase preparatória ou ao longo do *Vitória do Futuro*. No Anexo 3.2 apresentamos uma relação das que foram possíveis apurar a partir dos relatórios, o que nos oferece alguns elementos de análise.

Embora as listas de presenças indiquem certa inconstância na participação dos especialistas nessas reuniões, as atas revelam a tentativa da coordenação de integrar todos os envolvidos, seja na organização dos eventos ou elaboração das análises, nas várias etapas do processo. Os resultados dos levantamentos de opinião e dos estudos eram apresentados e discutidos de forma conjunta pelos membros do Grupo Prospectivo, especialistas e o Instituto Futura Consultora e Pesquisa. Na fase da elaboração do Diagnóstico, por exemplo, foram feitas 14.914 cópias para que todos os participantes (organizadores e consultores) tivessem acesso aos documentos produzidos. Os relatórios internos confirmam o cuidado da equipe de infra-estrutura na preparação dos eventos públicos e, especialmente, nos contatos com conselheiros e convidados. Há também o registro de um encontro entre a coordenação do projeto e os funcionários da Companhia de Desenvolvimento de Vitória (CDV), entre eles o motorista e o rapaz do xerox (sic), para apresen-

---

<sup>98</sup> - Entrevista concedida à autora no dia 15/05/2001.

tar-lhes a proposta. O que confirma o esforço de envolver e comprometer também os servidores públicos na discussão do futuro da cidade.

Consideramos, ainda, como reuniões internas as visitas feitas por membros do Grupo Prospectivo e especialistas a algumas das principais empresas de Vitória, com o objetivo de conhecer e discutir os planejamentos estratégicos dessas organizações. Os encontros na Companhia Siderúrgica Tubarão (CST) e na Companhia do Vale do Rio Doce (CVRD)<sup>99</sup>, por exemplo, revelaram dados e projetos desses grupos e, inclusive, as tendências na área de construção de portos e mercado externo. Informações que interessavam diretamente ao futuro da cidade e serviram de referência em vários momentos, como constatamos nas atas que relatam a elaboração dos Cenários e nas entrevistas com os coordenadores.

### c) As pesquisas

A realização de pesquisas junto à população faz parte das recomendações da Agenda 21 Global (Agenda, 1992: capítulo 28). Trata-se, é claro, de uma estratégia altamente especializada e, eventualmente, muito dispendiosa para ser utilizada (ao menos na forma como aconteceu em Vitória) por cidades ou organizações de menor poder aquisitivo. De fato, o levantamento realizado pelo ICLEI, em 1997, confirma "a pouca amplitude e densidade" das consultas populares: apenas Vitória, Santos e Niterói haviam indicado sistemáticas consistentes de organização e operação desse instrumento.<sup>100</sup>

As sondagens de opinião constituíram-se num dos pontos fundamentais da mobilização do *Vitória do Futuro*. Elas foram realizadas pelo Instituto Futura Consultoria e Pesquisa que, desde 1993, já atendia regularmente à PMV com levantamentos desse tipo, especialmente para subsidiar o setor de planejamento estratégico. Porém, segundo o sócio-diretor da empresa, José Luiz Soares Orrico<sup>101</sup>, aquele foi um trabalho distinto dos anteriores: da elaboração dos questionários até a apresentação e a análise dos resultados ocorreram discussões coletivas, tendo-se em conta os objetivos do projeto. Foram ouvidos a população, os conselheiros e os servidores municipais. A decisão de estender as pesquisas aos funcionários da PMV nasceu da percepção de que

---

<sup>99</sup> - No caso da CVRD houve, além da visita, uma reunião adicional entre membros do Grupo Prospectivo e um executivo da empresa. O objetivo do encontro, segundo consta na ata, era o de "ter clareza sobre os investimentos da companhia em relação ao porto de Setiba".

<sup>100</sup> - "É importante distinguir entre consulta - um mecanismo para envolver um grande número de pessoas e prover dados para tomada de decisões - e participação. Um processo participativo pressupõe o envolvimento direto de representantes de todos os setores da sociedade na identificação dos problemas e priorização, escolha de soluções e sua implementação" (Novaes, 1998: 09).

eles eram "essenciais para a implementação das propostas aprovadas. Por isso era preciso também saber o que eles pensavam", explica o diretor do Instituto Futura. Ao todo aconteceram cinco sondagens de opinião:

c.1) Pesquisa do tipo *survey*, com questões abertas e fechadas acerca das principais características da cidade segundo seus moradores. Foram entrevistadas 600 pessoas selecionadas por processo amostral, observando-se cotas proporcionais segundo sexo, grupos de idades, classe de renda familiar, escolaridade e local de moradia. De acordo com o anteprojeto do *Vitória do Futuro*, a finalidade do levantamento era captar o sentimento da população com relação ao futuro do município e recolher subsídios para as fases posteriores do planejamento. Para saber como os moradores se colocavam "enquanto partícipes desse grande projeto e o papel que reservariam a outros atores e/ou instituição" propôs-se a seguinte questão: "Quem seriam os principais responsáveis para a construção de uma Vitória ainda melhor?" Por ordem decrescente, as respostas mais freqüentes foram: os trabalhadores, nossos familiares e amigos, a igreja, o *Prefeito*, nós mesmos. O que significava que, segundo a análise feita à época pelo Instituto Futura, embora se dividisse em propostas variadas, a população dava "maior ênfase ao poder do indivíduo e da ação solidária sobre as instituições". O que, por outro lado, confirma a suposição de que o histórico dos movimentos sociais urbanos de Vitória favoreceu a co-responsabilidade com a gestão pública, um fator essencial na democracia participativa e na construção da cidade sustentável.

c.2) Pesquisa junto aos conselheiros, com 145 perguntas, com o objetivo de "diagnosticar" Vitória comparativamente a outras cidades e buscar opiniões para os problemas já detectados e alternativas de soluções. O relatório da reunião interna de 25 de abril, ocasião em que o Instituto Futura apresentou os resultados preliminares dessa consulta, informa que houve "bom índice de retorno e qualidade das respostas".

c.3) Pesquisa junto aos funcionários com cargos de confiança da PMV, com questões abertas e fechadas e os mesmos objetivos das anteriores. Embora tenha sido feita apenas uma consulta específica aos funcionários, eles continuaram a ser ouvidos nas seguintes, quando cotas dos questionários eram enviadas aos diversos secretários que se encarregavam de sua distribuição e recolhimento em seus respectivos setores (Anexo 16.1).

---

<sup>101</sup> - Entrevista concedida à autora no dia 16/08/2000.

c.4) Pesquisa junto aos conselheiros, apenas com questões fechadas, sobre as tendências do futuro (Cenários). A carta de apresentação esclarecia que, pela dificuldade de recolher textualmente as opiniões de todos, ali eram apresentadas algumas das hipóteses surgidas nas discussões acerca dos condicionantes existentes e das tendências esperadas.

c.5) Pesquisa junto aos conselheiros, com questões abertas e fechadas, para a indicação das "estratégias de construção do futuro". A consulta dividiu-se em duas partes. Na primeira foram mencionados os vários aspectos tratados no encontro sobre os Cenários e se pedia a opinião sobre cada um deles (sugeria-se, inclusive, que os questionários fossem respondidos acompanhados do documento sobre o tema). A segunda parte recolhia as sugestões e propostas dos conselheiros.

Junto com a CDV, o Instituto Futura montou um esquema para tirar dúvidas em relação aos questionários, recolher os que estivessem prontos e também enviar a pesquisa aos conselheiros faltosos. De acordo com José Luiz Orrico, graças a essa medida o retorno das respostas foi superior à média de devolução normal em sondagens desse tipo. A consulta que precedeu a formulação do Diagnóstico, por exemplo, foi respondida por 199 conselheiros e 219 funcionários da PMV. As atas das reuniões internas registram algumas reclamações esporádicas de conselheiros das dificuldades para a solução de dúvidas ou recolhimento das respostas. Embora as sondagens de opinião levantassem informações relevantes, os especialistas somente tinham acesso aos resultados após a entrega de seus trabalhos ao Grupo Prospectivo, que era encarregado da síntese. Aparentemente contraditória, essa medida coincide com a proposta original do projeto, como veremos no item 4.4.2.

A apresentação pública da síntese final de cada uma das etapas, antecedida pelo relato dos resultados das pesquisas, revelava como haviam sido negociadas as diferenças entre os vários atores. Era também uma forma de valorizar a participação dos conselheiros: "Esse é um dado importante. Muitas vezes você responde às pesquisas e depois não sabe mais o que foi feito delas. Mas lá, não. Nas reuniões plenárias abordavam-se os resultados, o que eles apontavam", analisa Villar de Melo. O que parece certo é que houve um saudável confronto: "As comunidades às vezes davam o tom. Noutras vezes eram os especialistas. Mas, os questionários foram bem aproveitados 100%", confirma outro conselheiro, Sérgio Paulo Dorea Vidal, da Associação dos

Moradores do Bairro Santa Lúcia.<sup>102</sup> Segundo Lília Mello, as pesquisas também ajudaram a resolver impasses e a “neutralizar as propostas malucas ou esdrúxulas”:

*Um exemplo: na consulta o conselheiro tinha que dizer se concordava ou não com a derrubada dos armazéns para a construção de um viaduto que desafogaria o trânsito da cidade. Nós vimos que o envolvimento emocional com o cais do porto era enorme, que essa proposta não ia passar na cabeça da população. Ninguém queria a sua derrubada. Já em relação ao aeroporto - ‘tira ou não tira o aeroporto de dentro de Vitória?’ - essa questão dividiu: uma metade queria e a outra não. E vimos que o melhor era manter o aeroporto, que seria mais um equipamento de infra-estrutura. A pesquisa legitimava, ou não, a opinião dos especialistas. Ora a pesquisa alimentava o Conselho, ora alimentava os especialistas.*

Não resta dúvida de que as consultas acrescentaram um novo e importante fluxo de troca de informações e sentidos, ajudando a explicitar preocupações, dúvidas ou sugestões que talvez permanecessem ocultas em um processo com tantos e tão diferenciados atores. E ampliaram a participação dos conselheiros que poderia, eventualmente, ter se restringido à presença nas reuniões, além de incluir novas vozes no debate (como as da população e dos servidores). "Elas foram o elemento que garantiu a participação de todos", afirmou José Luiz Orrico. Ainda que levemos em conta as pertinentes observações feitas a respeito do tema no clássico texto de Bourdieu (1980), podemos considerar que as pesquisas (e suas devoluções) criam a representação de um diálogo ativo e permanente entre as partes envolvidas no processo. Além disso, colaboram na "construção do espaço público à medida que tornam visíveis objetos de discussão e de argumentação, e não se restringem apenas às dimensões de esfera política" (Souza, 1998:23). Mesmo com suas possíveis contradições, trata-se de um instrumento que pode ajudar na consolidação dos espaços de negociação ambiental, sobretudo, naqueles onde há muitos atores envolvidos:

*Por outro lado há o reconhecimento de que as sondagens são um instrumento político, mas também se discute se elas não contribuem para o debate público de idéias, ao introduzir a diferença, o imprevisto, a tendência, e como tal, serem agentes de conflito, articuladores de debate entre campos sociais diferentes. Seriam estratégias de leitura da vida social, tanto quanto da visibilidade do tecido social (Souza, 1998:23).*

Outro aspecto que deve ser considerado: se as pesquisas ajudaram a explicitar as críticas e as expectativas da população em relação à cidade, elas também ampliaram a legitimidade e a fundamentação das propostas e projetos aprovados. E o editorial de *A Tribuna*, publicado em

---

<sup>102</sup> - Entrevistas concedidas à autora nos dias 12 e 15/05/2001.

26/04/1996, trata justamente deste ponto. Intitulado "Falsas prioridades", o artigo parabenizava a realização das sondagens de opinião justamente porque "elas podem evitar que o plano seja elaborado a partir de falsas prioridades propostas por alguns grupos, como geralmente acontece no País". Finalmente, como já mencionamos, as consultas foram transformadas em *gancho* jornalístico, e ampliaram o espaço e o interesse da mídia massiva pelo *Vitória do Futuro*. Nos Anexos 16.2 a 16.3 reproduzimos dois questionários distribuídos aos conselheiros, e de 17.1 a 17.2 partes de duas análises das respostas - ambos produzidos pelo Instituto Futura.

É pertinente mencionar aqui a sedução que a imprensa parece ter a respeito das pesquisas, onde os números ou tendências são tomados como elementos inquestionáveis e, não raramente, divulgados sem contextualização ou análise mais profunda. Títulos como "A pesquisa aponta" e similares conferem às consultas atributos inquestionáveis de autoridade e legitimidade, graças ao seu rigor metodológico, o que nesse caso apenas reflete a imagem que a própria sociedade tem da ciência e dos cientistas: de que eles são especialmente persuasivos em sua aparente neutralidade, exata e competente. Em sua análise da cobertura da Operação Rodízio, Medina (1998:56-57) faz um alerta contra essa "mentalidade sociométrica" das empresas de comunicação brasileiras, registrada principalmente a partir dos anos 80: "O grave é que esse instrumento de apoio da reportagem jornalística muitas vezes vira fetiche e um gráfico que quantifica objetivamente intenções subjetivas substituiu a insubstituível observação e relação humana".

Portanto, não foi diferente o tratamento dispensado pela mídia às consultas realizadas durante o *Vitória do Futuro*. Embora tenhamos identificado outros *sujeitos* nos títulos (seja no sentido sintático ou no semântico), como "especialistas" ou "população", as pesquisas foram predominantes. Alguns exemplos: "Pesquisa define vocação para Vitória", em 24/02; "Pesquisa revela pontos vulneráveis", em 25/04, ambos em *A Gazeta*. Já no dia 15/05, o jornal *A Tribuna* anunciou: "Pesquisa identifica potencial de Vitória". Outra observação: ainda que as sondagens de opinião fossem apenas uma das fontes de informações que ajudariam na composição do plano, esse aspecto não aparece ressaltado nas matérias examinadas, que tenderam a lhes atribuir um valor preponderante. Porém, mesmo com essas restrições, é preciso admitir que as pesquisas transformaram-se em um importante *gancho* jornalístico, ajudaram a ampliar a participação e deram maior consistência ao projeto.

#### **d) Concurso de redação**

É possível imaginar o esforço coletivo de reflexão sobre a "A Vitória que queremos em 2010", que precedeu à elaboração e escolha dos trabalhos representantes das escolas no concurso de redação. Foi uma estratégia eficaz de identificação e capacitação de um grupo de reeditores que, sem grandes esforços e com instrumentos que manejavam habitualmente, integrou-se à mobilização com novas colaborações. Essa parece ter sido também a leitura feita pela mídia impressa a propósito do certame. A cobertura jornalística e a publicidade, seja na fase da convocação ou do anúncio dos vencedores, não apenas reforçaram e valorizaram a movimentação dos estudantes e professores, mas ampliaram o espaço e o interesse pela elaboração da Agenda 21 local.<sup>103</sup> A coluna "Em Alta", publicada em *A Gazeta* de 17/05, elogiou a PMV por "instituir o concurso de redação *Vitória do Futuro* nas escolas municipais. É importante estimular os jovens a pensar soluções para as cidades a partir de suas experiências cotidianas". Já o editorial publicado pelo diário *A Tribuna*, em 13/07, adianta-se à nossa própria análise, como se também teorizasse sobre a epifanização das aparências:

*A Prefeitura Municipal de Vitória talvez nem tenha percebido ainda a importância da iniciativa do pessoal ligado à área de cultura do município. Mas o fato é que os resultados do referido concurso Vitória do Futuro merecem ser analisados com mais cuidados...*

Concursos desse tipo não são inéditos em campanhas ambientais ou no meio escolar. Os próprios alunos da Rede Municipal de Vitória eram incentivados, regularmente, a participarem de atividades como essa. Mas, no contexto do processo mobilizatório em estudo, a idéia chama a atenção por vários fatores. O primeiro, já mencionado, é a possibilidade de estender a discussão sobre a cidade às salas de aula. Só por esse fato poderíamos considerar que o certame cumprira um importante papel. Porém, ele avançou ao introduzir a leitura pública das redações premiadas na solenidade de entrega do plano (recebido simbolicamente pelos próprios estudantes) e a publicação dos textos no documento final.<sup>104</sup> "E assim ficaram registrados os desejos das crianças de Vitória que, com certeza, terão importante papel na construção da cidade do futuro", escreveu Haroldo Corrêa, na apresentação da versão impressa do projeto. De fato, além de preocupações e propostas similares às do Conselho Municipal, a análise das redações revela perturbadoras críticas e provocações aos adultos. Vejamos:

---

<sup>103</sup> - Há várias referências ao concurso na imprensa. Por exemplo, em *A Gazeta* dos dias 29/02 (p.02-B), 08/05 (p.04), 09/09 (p.17), 17/04 (p.02-B), 23/04 (p.02-B), 10/05 (p.27), 30/06 (p.31) e 11/07 (p.01) – sendo as duas últimas peças publicitárias. O jornal *A Tribuna* fez menções ao assunto nos dias 09/05 (p. 04) e 16/09 (p.02-B).

"- Oi! Meu nome é José Augusto. Vim do futuro para lhes contar como será a sua cidade. Vitória, no ano 2010, será uma cidade onde carros e casas serão movidos a luz solar. Uma cidade que não terá barracos e nem casas em barrancos em perigo. Muitas leis serão priorizadas, como não jogar lixo nos mares e nem nas ruas e encostas (...) Na Baía de Vitória existe uma pequena ilha. Ela se transformará em uma reserva florestal (...) Mas eu quero lhes dizer que tudo isso aconteceu porque vocês, cidadãos de Vitória, votaram bem, lutaram e ajudaram, participando de todos os projetos (José Augusto Silva Júnior, vencedor na categoria de escolas municipais de 1º Grau)

"Hoje, 28 de maio de 2010, fico imaginando como nossa cidade evoluiu. Como recuperou sua paisagem natural, mantendo sua orla marítima (...) A educação não só será prioridade, como também modelo em nível de País. A saúde não fica para trás (...) Poderíamos ficar aqui durante horas, falando de belezas, avanços e modernidades, melhoras de vida, mas não chegaríamos à conclusão de que há cerca de 14 anos, crianças passaram fome, pais de família eram presos, adolescentes se drogavam, jovens cometiam crimes estupendos e nós assistíamos a tudo estáticos e omissos" (Charla Barborsa de Oliveira, vencedora na categoria de escolas de 2º grau estaduais e particulares)

#### **e) O futuro em poesia**

Se o concurso de redação marcou o envolvimento da população estudantil na mobilização, *Escritos de Vitória - Vitória do Futuro*, uma coletânea com autores locais, foi a versão artística do planejamento ou um novo espaço de expressão sobre o tema, como reconheceu o Prefeito Municipal na apresentação da obra. Após descrever os objetivos do *Vitória do Futuro*, ele ressaltou a importância das discussões que aconteciam nas reuniões plenárias e temáticas e “em outros fóruns de debate, como o que este livro registra e proporciona”. No conteúdo da publicação havia “(...) idéias, soluções, análises, previsões, técnicas e humor que revelam um grande desejo: a Vitória da alegria geral”, reconheceu Paulo Hartung. A reprodução da capa do livro está no Anexo 18.

Encontramos, aqui, um novo caminho (ou estratégia), agora ligado à arte, para que outro segmento específico de atores pudesse se integrar à mobilização com seus próprios instrumentos e competências. Nas orelhas da obra, o Conselho Editorial comentava que se a coleção *Escritos de Vitória* se caracterizava por seu caráter saudosista, naquele volume resolvera “provocar os autores e obrigá-los a repensar Vitória, não só a do presente, mas projetá-la, também, para o futuro”. Porém, admite a ocorrência de “umas escorregadelas (...) já que houve quem não se contivesse e se voltasse para suas reminiscências...”

---

<sup>104</sup> - Além disso, os alunos premiados e a direção de suas escolas eram convidados regularmente para os eventos públicos do projeto.

Uma outra "escorregadela" que podemos apontar em *Escritos de Vitória - Vitória do Futuro* foi o fato dos especialistas e membros da coordenação, que assinaram alguns artigos, recorrerem a uma linguagem formal, às vezes técnica, não se permitindo nenhuma ousadia estilística, que por certo caberia ali. Tal timidez, porém, não comprometeu a publicação, compensada pela liberdade de criação de outros autores. Há momentos, por exemplo, para um certo lirismo-cívico, claramente inspirado em Luther King, como em "I have a dream ou alguém sonha acordado", da autoria de Alberto Fontana:

*Num tempo em que tudo o que é sólido parece desmanchar-se no ar, eu teimo em ter um sonho. Aliás, teimo em ter muitos sonhos. Sonhar faz parte da minha vida, assim como faz parte essencial da vida de todo ser humano (...) quero ver e viver Vitória bonita, agradável, casa gostosa para todos os seus habitantes; quero Vitória uma cidade cidadã, onde seus filhos tenham, todos, direitos respeitados e deveres exercidos, com qualidade de vida cada vez melhor...*

Há também espaço para os versos bucólicos de Dione Ferolla Varejão, em "Um nome na história":

*No frescor da manhã  
Me dirijo ao centro da cidade  
Vou com prazer, com alegria  
Meus olhos se deliciam com a paisagem  
Não há lixo espalhado  
Tudo bem cuidado  
Ah! Avenida Vitória de canteiros tão floridos  
Que me encantam e me fazem sonhar (...)*

Para o "Sonho Futurista", assinado por Dalva Broedel:

*Vitória  
Ria  
ia  
&  
corria  
sobre o penedo  
    brinquedo  
    de pedra  
salteando  
nas  
ruas ladrilhadas  
banhando nas  
calçadas  
sem cercas  
de seres farpados (...)*

*Escritos de Vitória* registra ainda momentos de ironia e provocações (afinal, desmontar e revelar o que se oculta por detrás dos sonhos nossos de cada dia não é uma das funções mais nobres dos artistas?) Senão vejamos o que diz Milson Henriques, em "Futuro de Vitória? Adeus, pertences...":

*Se não acredito em previsões, creio em sonhos. Ou pesadelos, como o que tive há um mês. Por coincidência sonhei que estava em Vitória no ano 2096, lendo um jornal. Epa! Jornal daqui a cem anos? Nada disso. Eu estava apertando a tecla com o sinal AJ8Y4-3 do meu óculos-visão e apareceram na tecla cibernética do meu pensamento as seguintes notícias:*

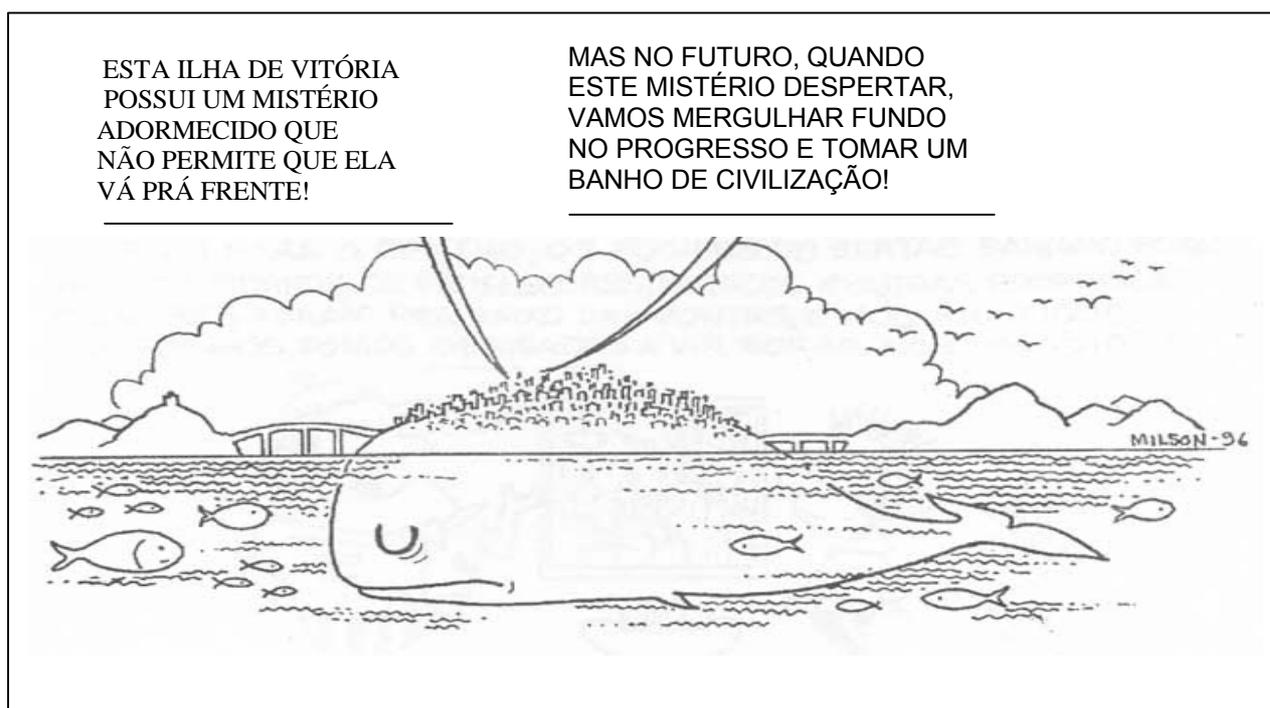
- *Robôs-policiais tentam retirar barraqueiros das esterilizadas areias artificiais da praia do Moscoso (antigo parque do mesmo nome);(...)*
- *Turistas reclamam da falta de opção de lazer, do assédio dos robôs trombadinhas e da poluição da nossa baía ...; (...)*
- *Estuda-se a possibilidade de finalmente ser desfeito o engarrafamento monstro que conserva paralisado o centro da cidade desde o ano 2018. Descendentes procurarão identificar as ossadas dos ancestrais presos dentro dos carros;(...)*
- *O presidente do Brasil, José Sarney tetraneto, visitará nossa cidade procurando apoio para adotar a cidadania capixaba e ser candidato à reeleição pelo nosso Estado (...)*

A mesma ironia aparece em "E aí, dona Vitória", de Carol Abreu, a única especialista que ousou ultrapassar a barreira dos termos técnicos para tecer uma inspirada e divertida crônica. Mais que isso, a encarregada oficial no projeto de analisar e propor alternativas para centro da cidade, deixa transpirar, em seu texto poético, um certo desencanto com o futuro. Apesar dos esforços, ela parece sugerir que não há espaço para idealizações, nem mesmo com a ajuda de planos, da mídia ou do marketing:

*Vitória nasceu com uma estrela na testa. Como tinha quatro pontas, o padre falou que era cruz. A mãe chamou-a Vitória, em parte por Nossa Senhora, em parte por sonhá-la capaz de vencer batalhas que ela própria havia perdido. (...) Entre curiosa e distraída, Vitória passava horas de olhos abertos vendo o mar. Era do mar que vinham as coisas boas da infância de Vitória. E as ruínas também. Pelo mar vinha tudo. E ia também. (...) Orgulhosa, viu o trilho subir a pedra e muito minério ser embarcada a caminho do estrangeiro. Fascinada, comprou roupa justa, subiu nos saltos finos e fumou de piteira (...) Tropeçou no salto alto e engasgou com a fumaça. Com os salários atrasados, pediu demissão do cargo e foi ganhar a vida no mercado imobiliário (...) Olhou-se no espelho e gostou do que viu. Mas queria mais. Refez os contornos, avivou a maquiagem. O resultado rendeu espaços na mídia. De entrevista em entrevista, descobriu a força do marketing. Em pouco tempo montou sociedade de importação de carros japoneses e peruas coreanas. Experimentou as incertezas do mercado. De celular na mão, está tentando tirar proveito do engarrafamento.*

Concebido para ampliar os debates do *Vitória do Futuro*, o livro transformou-se realmente em um novo fórum, com o confronto de opiniões e estilos. Além do saudável exercício coletivo de criatividade, a iniciativa envolveu direta e indiretamente um público peculiar que não necessariamente se sensibilizaria pelas razões técnicas ou políticas do plano em discussão. Também aqui, a imprensa, especialmente a matéria de página inteira publicada por *A Gazeta* em 29/04, ajudou a divulgar ambas as iniciativas, o projeto e o próprio livro. Reproduzimos, em seguida, uma das charges de Milson Henriques publicada na página 123 do *Escritos de Vitória*.

**Figura 3**



#### **f) O encontro entre dois planos**

Depois do concurso para estudantes e de uma coletânea de poemas e crônicas, deparamo-nos aqui com outra estratégia no nível macro, agora voltada para um público qualificado: o livro *O novo arrabalde*. O trabalho é resultado da dissertação de Mestrado em Estruturas Ambientais Urbanas do professor da Universidade Federal do Espírito Santo, Carlos Teixeira de Campos Junior, que também era um dos especialistas do *Vitória do Futuro*. Com 250 páginas, a edição bem acabada incluiu fotos e mapas do primeiro plano urbano da capital capixaba. O lançamento da obra, acompanhado pela exposição das reproduções dos mapas do projeto centenário, movimentou pesquisadores, técnicos e formuladores de políticas urbanas que celebraram o encontro entre os dois planos (ver capa do livro no Anexo 18).

Na mesma linha das iniciativas anteriormente citadas, foi estabelecido um novo fórum de debates, com o envolvimento de outros atores que, transformados em reeditores, repercutiam e legitimavam o projeto principal, o *Vitória do Futuro*. Na apresentação, o prefeito Paulo Hartung escreveu:

*No presente, conhecer o passado é imprescindível para construirmos melhores dias. A edição do livro O Novo Arrabalde, além de marcar o centenário do projeto, faz-se num momento estratégico, quando estamos elaborando o planejamento do futuro de Vitória. O conhecimento da nossa História nos permitirá aproximar ainda mais a cidade do cidadão'.*

Além das notícias sobre o seu lançamento, o livro foi tema de dois artigos. "Lições urbanas do passado", publicado por *A Gazeta* de 22/05 e assinado por Álvaro Mendes Filho, ressalta a importância de *O novo arrabalde*, "não só por trazer as lições urbanas do passado, mas também por fomentar o debate sobre o crescimento da capital capixaba". Esse também era o mote da notícia veiculada no mesmo dia pelo jornal. O segundo artigo, de José Luiz Orrico e publicado por *A Gazeta* em 03/06, traz o mesmo título do livro.

Reforçamos ainda que nem *O Novo Arrabalde*, nem o *Escritos de Vitória* constavam no anteprojeto da mobilização. Tampouco foram mencionados espontaneamente pelos coordenadores, durante a realização das entrevistas. No entanto, as apresentações dos livros - ambas assinadas por Paulo Hartung - além do tratamento dispensado pela imprensa, não deixam dúvidas que eles podem ser considerados como parte do processo que viabilizou a troca de informações e construção de sentidos e propósitos comuns ao longo dos seis meses de discussões. Tanto o concurso de redação como os livros ofereceram alternativas a distintos reeditores, dentro de seus campos de ação, para que eles se integrassem ao movimento. Resolvia-se, dessa forma, um dos pontos críticos do processo de mobilização: fazer com que as pessoas já sensibilizadas e com informações suficientes identifiquem possibilidades claras de atuação. Quando isso não acontece, a convocação só faz aumentar a angústia e os conflitos dos cidadãos (Toro, 1997.69).

Ainda em relação ao *Escritos de Vitória - Vitória do Futuro* é preciso ressaltar que, a despeito de sua originalidade, a contribuição dos poetas, articulistas e cartunistas não foi reconhecida oficialmente no documento final do projeto: não constam ali os nomes dos autores da publicação. Tampouco eles são mencionados nos agradecimentos finais do Prefeito Municipal que, não obstante, fez referências às redações e ao *O novo arrabalde*. A justificativa mais provável para a omissão é a de que não se tratava de uma iniciativa oficial do projeto - ao contrário do

concurso de redação. Contudo, nossa análise aponta para a validade da estratégia. E, caso ainda persistam dúvidas se poemas, crônicas ou charges podem colaborar no planejamento de uma cidade sustentável, lembramos que um dos desafios propostos pela Agenda 21 Global é justamente o de encontrar novas formas de participação que incluam os atores não convencionais.

### 3.3 - Micro Comunicação ou Comunicação Pessoal

Não deixa de ser curioso que a ênfase do ambientalismo na importância do nível local coincida com a revalorização desta esfera também pelas ciências sociais. A dimensão é local, porém, o sentido deve ser global. Faz parte das contradições de nossa era: as comunidades são desterritorializadas, as identidades polivalentes, os espaços públicos muitas vezes virtuais, mas é no bairro, na casa, na metamorfose íntima do indivíduo para sujeito que os sentidos de sustentabilidade são produzidos e assumidos.

É o “milagre” ao qual se refere Medina, ao analisar a força da comunicação pessoal diante da comunicação de massa: “A cidadania anônima mostra ao quarto poder que os significados coletivos se formam na rede informal do cotidiano” (1998: 62). Os contatos entre o produtor ou editores da mobilização e os seus reeditores constituíram-se, sem dúvida, no ponto fundamental de todo o processo. As atas das reuniões de trabalho revelam o esforço que foi feito nesse sentido. Não se pode pensar aqui em contato direto apenas como encontros pessoais (embora eles tenham ocorrido, seria impossível documentar ou resgatar todos eles), mas também naqueles mediados por instrumentos próprios deste nível. Consideramos que o nível da micro comunicação no *Vitória do Futuro* se realizou graças aos seguintes recursos:

#### **a) Telefonemas, cartas e telegramas**

Os contatos com os conselheiros foram inicialmente por telefone e confirmados através de correspondência. E, nesse ponto, uma coincidência com Toro (1997): a adesão efetiva a uma mobilização sempre passa pelo encontro pessoal. Durante os trabalhos, os conselheiros e convidados do *Vitória do Futuro* receberam cartas e telegramas informando de cada uma das reuniões. Foram feitos, em média, 2 mil contatos desse tipo antes de cada encontro. Somente para a quarta reunião do Conselho Municipal, por exemplo, foram enviadas 293 cartas para conselheiros, 171 para convidados e 531 telegramas confirmando a convocação. Além disso, há registros de “cartas entregues em mãos” aos funcionários da CDV (45), convidados (19), cargos comissionados (298), secretários municipais (19), Câmara Municipal (22), Diretores e professores da UFES (719), especialistas (39) e Dr Eley (sic), Santa Casa da Misericórdia, totalizando 2.157 mensa-

gens diretas. Nos Anexos 19.1 a 19.7 reproduzimos alguns dos convites pessoais que foram enviados convocando para o Conselho Municipal e para as reuniões plenárias e temáticas.

Para a sessão de entrega do *Vitória do Futuro* foram feitos 3.410 convites para conselheiros, vereadores, prefeitos municipais da região metropolitana e das capitais, autoridades do Executivo, Legislativo e Judiciário da região, funcionários da PMV, patrocinadores e secretários municipais de planejamento das capitais. Desses, 887 foram firmados diretamente por Paulo Hartung, como também outras mensagens similares haviam sido enviadas durante o processo. Não foi possível identificar se havia algum critério para a escolha das correspondências assinadas por ele. Aparentemente, somente aquelas dirigidas às maiores autoridades ou figuras-chaves no processo. No entanto, um de seus ex-assessores revelou que a intenção do Prefeito Municipal, pelo menos na fase final, era a de assinar todos os convites. Mas ele acabou sendo dissuadido pelo grande volume de correspondência (alguns exemplos destas cartas podem ser vistos nos Anexos 19.1 e 20).

O exame das correspondências permitiu-nos inferir que, não apenas os conselheiros, mas todos aqueles envolvidos na mobilização foram convocados para os vários eventos públicos. Por exemplo, os especialistas e os conselheiros eram convidados para as solenidades do concurso de redação. E os alunos que participaram do concurso, assim como seus mestres e diretores, para as sessões plenárias e entrega do plano. Os profissionais ligados às diversas áreas que eram abordadas no planejamento, principalmente os professores da Universidade Federal do Espírito Santo, foram chamados para as plenárias e temáticas (Anexo 20).

As reproduções nos Anexos 21.1 a 21.2 confirmam o esforço de animar a participação dos vários atores, independente de seu setor específico, consolidando assim o imaginário comum da mobilização. Aos faltosos eram enviados relatos das conclusões do encontro e exortações da importância de suas presenças nas próximas datas (ver Anexo 22). Embora não haja um volume significativo de material na pasta intitulada *Correspondências recebidas*, encontramos ali mensagens de cidadãos (anônimos ou não) com contribuições para os debates e, principalmente, justificativa de ausências. Nos Anexos 23.1 e 23.2 reproduzimos algumas das sugestões enviadas à comissão organizadora; no 23.3 a resposta de Lília Mello a um delas e, em 23.4 e 23.5 as desculpas dos conselheiros pelo não comparecimento.

Aparentemente, esses contatos diretos geraram maior compromisso de todos os envolvidos. Pelo menos as principais lideranças políticas e empresariais despendiam de seu tempo para explicar as ausências, solicitando, inclusive, envio do material correspondente. A correspondência sistemática pode ser vista, também, como um sinal de organização e seriedade dos propósitos o que, sem dúvida, estimulava a presença nos encontros. Uma carta da coordenação executiva enviada à direção local da Empresa de Correios e Telégrafos ilustra essa suposição: ela reclamava do atraso na entrega das cartas aos conselheiros e convidados, embora houvesse um convênio especial entre a Companhia de Desenvolvimento de Vitória e a empresa justamente para garantir a pontualidade (ver Anexo 24).

As cartas e envelopes sempre levavam a logomarca do *Vitória do Futuro*, o que seguramente garantiu maior respeitabilidade e visibilidade à iniciativa. Buscando "tornar visível o invisível", é possível pensar, ainda, que essas mensagens diretas constituíram-se em um valioso instrumento de comunicação e mobilização. Não era apenas o anúncio na TV ou no jornal que chamava para a reunião. Era um comunicado pessoal (e muitas vezes firmado pela maior autoridade municipal), com o selo oficial do projeto, que reconhecia que a presença de cada um dos participantes era valiosa para os trabalhos em curso, ou seja, para a própria cidade. Durante sua entrevista, Lília Mello aventurou-se a dizer: "receber em casa as mensagens do *Vitória do Futuro* era um sinal de prestígio..."

#### **b) Visitas de cortesia**

Como já mencionamos, o Prefeito de Vitória e os membros da equipe de coordenação foram até os diretores dos principais órgãos de comunicação local, para explicar-lhes o projeto e convidá-los a se integrar ao Conselho Municipal. Uma visita ao reitor da Universidade Federal do Espírito Santo, com os mesmos objetivos, foi mencionada por *A Gazeta* de 04/04 em duas notas distintas. É possível que tenham ocorrido encontros similares que, contudo, não foram registrados. Podemos inferir que tais abordagens ampliaram o leque de adesões e a credibilidade do projeto: não era apenas mais uma rodada interna de planejamento estratégico, como ocorria usualmente. Dessa vez - indicavam as visitas - tratava-se de algo mais relevante, confirmado pela presença do chefe do Executivo e de seus auxiliares, que provocavam e se expunham politicamente à discussão do futuro da cidade.

### c) Debates com grupos específicos

Embora haja registro de apenas um debate, o realizado entre Lília Mello e os estudantes da Escola Técnica Federal, vários membros da coordenação do projeto afirmaram ter sido convidados a discutir o *Vitória do Futuro* em diferentes ocasiões, com grupos específicos (embora sem precisar datas ou locais). É possível supor que esses encontros ajudaram a esclarecer e divulgar os objetivos da mobilização, recolher sugestões ou garantir novas adesões. E que houve, ainda, um esforço de adequação de linguagem e conteúdo conforme as platéias envolvidas.

As reuniões da coordenação do *Vitória do Futuro* com os executivos e técnicos das grandes empresas locais, mencionadas anteriormente, também podem ser classificadas como debates ou visitas já que compartilham características similares. Porém, como tinham o caráter de atividade "oficial" (pela forma de convocação e registro) preferimos considerá-las como reuniões internas. Em qualquer um dos casos, o resultado parece ter sido o de provocar o diálogo direto, a troca de experiências e informações entre setores aparentemente isolados, com resultados importantes para o coletivo.<sup>105</sup> Evidentemente, as distinções entre os instrumentos e objetivos da comunicação nos níveis de massa, macro e micro não podem ser consideradas rigidamente. Em alguns momentos os limites, especialmente entre o macro e o pessoal, são bastante tênues. Porém, a classificação ajuda-nos a perceber as possibilidades de convocar, animar e instrumentalizar os vários reeditores para as mobilizações. Falta-nos, porém, examinar outras questões que ajudaram a compor os fluxos de informações e conteúdo simbólico do *Vitória do Futuro*.

## 4 - Outros elementos importantes

### 4.1 - O imaginário: marlin x caranguejo

A análise da campanha de lançamento e das peças que deram sustentação ou documentaram o projeto sugere o uso de vários *slogans* durante os sete meses de trabalho. “O futuro chama! Diga presente a *Vitória do Futuro*” foi utilizado principalmente na campanha de lançamento, fez parte do material promocional (pastas, *banners*, faixas, *outdoors*) e aparece também como título de um dos artigos publicados. Outro *slogan*, “O futuro é a gente que faz”, também apareceu em diversos momentos. Nesse caso tratava-se de construir a própria cidade, definir que Vitória se queria. Já a frase “O futuro é uma obra que se constrói no presente”, foi retirada do livro *Administrado em tempos de grandes mudanças*, de Peter Drucker: "decisões são compro-

---

<sup>105</sup> - Há várias indicações desse tipo, seja nos depoimentos seja nas atas das reuniões internas.

missos com ações e essas ações sempre se dão no presente e somente nele. Porém, as ações no presente são a única maneira de se fazer o futuro."

Tanto o *slogan* como o próprio Drucker foram citados diversas ocasiões ao longo do projeto, como no discurso do Prefeito Municipal durante o seminário de lançamento, nos artigos publicados na imprensa e mesmo no documento final. Nenhum desses motes, porém, reuniram as características do "imaginário da mobilização" descritas por Toro (embora o autor advirta que ele não se resume a um *slogan*). Pelo contrário, o imaginário do *Vitória do Futuro* parece identificar-se mais com os bons resultados alcançados na nomeação dos cenários: o andar do caranguejo, para o futuro inercial, e o salto do marlin, para o desejável.

Embora a construção de cenários seja uma das etapas do planejamento, não necessariamente ela acontece sempre ou é aplicada em sua forma plena, recebendo denominações, como vimos no capítulo anterior. Das cidades que serviram como referências para a realização do planejamento estratégico, em 1996, apenas Madrid havia utilizado este recurso. Porém, a nomeação dos cenários em Vitória não aconteceu sem alguma dificuldade. Reproduzimos aqui o relato de Júlio Mourão sobre o impasse, que foi decidido pelos próprios conselheiros:

*Primeiro surgiu a idéia do salto do marlin, um peixe lutador. Agradei, porque era muito positiva. Daí veio a do caranguejo, com o seu andar para trás. Mas o pessoal do meio ambiente foi contra [referindo-se aos consultores]. Na época havia grandes projetos para a revitalização do mangue e o caranguejo era símbolo do mangue. Houve muitos protestos e eu disse: 'bom, vocês então me tragam outro nome'. Mas ninguém trouxe. Levamos a questão para a reunião do Conselho, e ele achou que o nome era bom. O Conselho decidiu.*

A estratégia de levar a questão ao Conselho parece ter contribuído para a fixação desse imaginário em todos os setores. E as entrevistas apontaram para as funções desempenhadas pela metáfora caranguejo x marlin: ajudar a esclarecer as alternativas (função didática); incentivar a tomada de decisões (função de animação) e facilitar a divulgação (função de difusão). Segundo o jornalista Sebastião Barbosa, a idéia "foi um grande achado": a imprensa compreendeu e utilizou bem a imagem dando "um grande impulso ao processo". O consultor Júlio Mourão confirmou a análise e acrescentando que elas deram força à mobilização: "A finalidade dos cenários é promover a mobilização, e não escamotear o debate. Quando se contrapõe o caranguejo ao marlin já se tem uma visão clara das possibilidades. Tanto é que o marlin virou símbolo da cidade". Assim Lília Mello descreveu a função didática das imagens:

*No cenário inercial nós colocamos toda a situação caótica que poderia acontecer, dado um diagnóstico prévio que tínhamos: caso você não fizesse nada pela cidade: como ficaria o trânsito de Vitória no ano 2010? Se você não fizesse nada pela educação, como estaria a cidade no ano 2010? A esse cenário nós demos o nome de 'caminhar do caranguejo'. O caranguejo é um prato típico da culinária local que, segundo o dito popular, anda para trás – embora na verdade ele ande para o lado. Mas estava estabelecida a relação. E isso está no imaginário do País inteiro: o caranguejo não avança. E eu não quero ser como o caranguejo, eu quero andar para frente. O outro cenário era o desejável: o que nós queríamos. E o chamamos 'o salto do marlin azul', o peixe do qual detemos o recorde mundial de pesca, um dos símbolos da cidade, que se consolidou ao nomear o cenário. Os cenários ajudar as pessoas a entender melhor o que significava planejar a cidade, que cidade eu quero, como quero que ela seja, o que é preciso para isso.*

A publicitária Paula de Almeida também concordou com a força dos símbolos e explica que a idéia só não foi utilizada na campanha de lançamento porque não estava definida na época. "Mas ficou tão forte que o prefeito Luiz Paulo Vellozo não se cansa de repeti-la", acrescentou. Aliás, ao longo das entrevistas, também nós ouvimos referências à "história do caranguejo" ou ao "cidadão caranguejo".<sup>106</sup> De modo geral, os conselheiros confirmaram, durante as entrevistas, a importância das figuras na clarificação das opções.

A criação de imagens fortes e vivas para questões aparentemente áridas ou técnicas de um planejamento facilitou não apenas a compreensão das distintas alternativas mas, sobretudo, a adesão por uma delas. Ocorreu aqui a epifanização das aparências, a construção de referências para os envolvidos que passaram a compartilhar os mesmos propósitos, um horizonte comum a ser alcançado. "Ninguém quer ser caranguejo", especulou Lília Mello. Houve, portanto, uma empatia natural com a bonita figura do marlin e também com o seu salto em busca da liberdade - um gesto, sem dúvida, cheio de significados.

Em outros termos, a metáfora tornou-se o imaginário da mobilização. E provavelmente da própria comunidade. As palavras finais do prefeito Paulo Hartung, em seu pronunciamento por ocasião da entrega do projeto à população, são ilustrativas: "Pretendemos ser, principalmente, uma referência nacional de qualidade de vida. Este é o salto do marlin azul. Este é o salto

---

<sup>106</sup>- Ela explica porque os caranguejos não fogem do cesto depois de capturados, mesmo não havendo nenhuma tampa para impedi-los: cada vez que um tenta sair, os outros o puxam para baixo. Moral da história: As pessoas geralmente agem como caranguejo. Cada vez que alguém quer avançar, quer lutar por melhores condições de vida, a maioria tenta dissuadi-lo. O "cidadão-caranguejo" é aquele que aceita tudo, é o fatalista, não acredita que a sua participação (nem a dos demais) pode provocar mudanças.

rumo à liberdade, rumo à qualidade de vida..."Analisando o poder das imagens na divulgação na mídia, ele parece menor que o apontado por Júlio Mourão e Sebastião Barbosa: a imprensa (com exceção dos artigos assinados) praticamente não utilizou a idéia.

Porém, não podemos deixar de observar que o mesmo poder didático que a ilustração do marlin x caranguejo teve para os participantes em geral, aplica-se aos repórteres - reeditores privilegiados que são. E aqui só nos resta especular sobre as razões para a não utilização das figuras pelos jornais: provavelmente a metáfora fosse poética, lúdica ou mesmo moralista demais (se quisermos pensar no bem contra o mal) ou não carregasse a mesma dose de credibilidade ou cientificidade dos levantamentos de opinião realizados por um instituto especializado. Embora seja possível o título "Pesquisas apontam....", nenhum editor permitiria algo como "Cidadão caranguejo sucumbe ao salto do marlin..." Mas, se a paixão se mobiliza através das imagens e das representações e não através da lógica, como afirma Toro, por sua pseudo-racionalidade ou objetividade, a imprensa fica devendo nesse aspecto, seja no *Vitória do Futuro*, seja em outros processos mobilizatórios.

Finalmente, não deixa de ser um indicativo da confirmação dessas figuras como imaginário da mobilização, o fato de que a logomarca inicial do projeto tenha dado lugar ao salto do marlin, na versão final do plano. Além disso, a edição impressa não apenas conservou as expressões utilizadas durante os debates mas também tratou de reforçá-las com ilustrações. O mesmo marlin também foi transformado em símbolo da gestão que sucedeu a de Paulo Hartung e aparece, por exemplo, na publicação que apresentou as diretrizes do quadriênio 1997-2000 (ver Anexos 4.1 e 4.2). Em seguida, a reprodução das figuras tal como aparecem na capa e nas páginas 56 e 69 do documento *Vitória do Futuro*.

Figura 4 - Capa do documento final



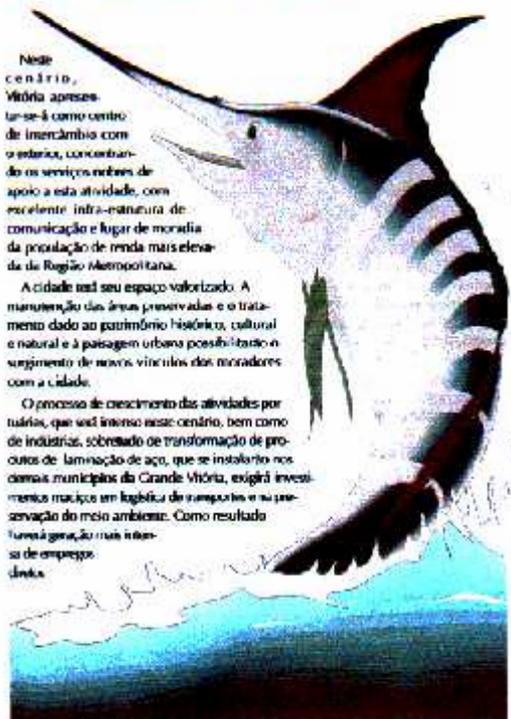
Figura 5 - Página 56 do documento final

## 6 - O SALTO DO MARLIN AZUL

Neste cenário, Vitória apresenta-se como centro de intercâmbio com o exterior, concentrando os serviços e obtendo apoio a esta atividade, com excelente infra-estrutura de comunicação e lugar de moradia da população de renda mais elevada da Região Metropolitana.

A cidade em seu espaço valorizado. A manutenção das áreas preservadas e o tratamento dado ao patrimônio histórico, cultural e natural e à paisagem urbana possibilitando o surgimento de novos vínculos dos moradores com a cidade.

O processo de crescimento das atividades portuárias, que são intenso neste cenário, bem como de indústrias, sobretudo de transformação de produtos de laminação de aço, que se instalam nos centros municipais da Grande Vitória, exigirá investimento maciço em logística de transportes e na preservação do meio ambiente. Como resultado haverá geração mais intensa de empregos diretos.



54

Figura 6 - Página 59 do documento final

- administrações municipais da Grande Vitória desarticuladas;
- atores sociais relevantes (políticos, sociais, econômicos) desarticulados;
- infra-estrutura turística e cultural deficientes;
- sistema de saúde em crise, em especial o atendimento hospitalar;
- educação básica ainda não universalizada, crise no sistema de educação em todos os níveis com deterioração de qualidade; e
- poluição do ar, das águas de baía e das praias.

## 4 - O CAMINHAR DO CARANGUEJO

Levando-se em conta os desafios do ambiente nacional e internacional e as tendências pesadas que afetam o Município e considerando que não serão tomadas as medidas necessárias para combater as ameaças e superar suas debilidades, podemos construir um cenário inercial para Vitória. Este cenário não é impossível, embora não desejável, e seu entendimento é importante para se ter clareza das ações que deverão ser realizadas, no sentido de evitar que ele se torne realidade.

Neste cenário, Vitória caminhará para trás.

### CENÁRIO INERCIAL PARA A ECONOMIA E EMPREGO

- Deslocamento de parte do fluxo de exportações para o Porto de Sepetiba.
- Redução das potencialidades de diversificação econômica.
- Redução do emprego, inadequação do mão-de-obra liberada para outras atividades.
- Redução de receita fiscal, pela retração das atividades de comércio externo e reforma fiscal.
- Conspicuidade da receita com inativos e outras despesas correntes, inviabilizando investimentos e ação social.



## 4.2 - A presença dos especialistas

É pertinente inquirir: como as comunidades científicas e tecnológicas respondem às demandas de novas formas de governabilidade cuja meta é o desenvolvimento sustentável? Em outros termos: estão os cientistas e técnicos preparados para participarem, efetivamente, dos fóruns democráticos ou de negociação ambiental, como atores privilegiados que são? Mais uma vez, nesse ponto, a sustentabilidade exige avanços: além da Comunicação Pública da Ciência faz-se necessária a participação dos cientistas e técnicos na elaboração das políticas públicas - como discutimos no capítulo 2.

Num quadro que implica em múltiplas dimensões – econômica, ambiental, social, política, cultural, institucional, considera-se, hoje, que as áreas de C&T devem se vincular não mais a uma modernidade técnica, mas à modernidade ética do princípio da sustentabilidade, (Brasil, 2000). Contudo, esbarramos na escassa literatura e nas poucas experiências sistematizadas sobre como os profissionais desses campos ajudam a concretizar tais aspirações. Talvez seja a Agenda 21 que mais explicita sobre a possível atuação desses grupos na formulação das políticas sustentáveis. Porém, ainda, sem indicar pistas como ela pode ou deve se efetivar. Algumas áreas recentes e polêmicas, como a biotecnologia, têm provocado a ação (e reflexão) dos especialistas sobre o seu papel na regulamentação de suas aplicações.<sup>107</sup> Segundo Peter Peters (2001), os cientistas só encontram o público em situações específicas: como pesquisadores, empreendedores, heróis, intelectuais, lobistas por recursos para seus trabalhos ou como *experts*. Analisando as demandas de comunicação que se colocam para esses últimos, o autor alerta:

*(...) to communicate as a scientific expert requires other skills than just being able to popularize research. A broad field of competence (rather than very deep knowledge in one narrow field), practical experience, decision-analytical skills, power of judgment, anticipation of the clients' goals and constraints and the ability to effectively communicate with the client are important features of a good expert.*

Embora se aproxime do nosso foco de interesse e, nesse sentido ofereça-nos algumas pistas, a reflexão acima não se debruça, ainda, sobre o cientista atuando em espaços como os de negociação ambiental (e a palavra *negociação* já oferece muitos indicativos), ou seja, como um dos atores da esfera pública. Um ator privilegiado, é verdade, produtor e detentor de informações valiosas que, no entanto, devem ser contrapostas a várias outras. Se não há muitas referências neste sentido, talvez então seja o caso de ajudar a elaborá-las. E o *Vitória do Futuro* pode auxili-

ar-nos já que, de certa maneira, ali se ensaiaram algumas das "novas formas de cooperação e comunicação" que as comunidades científicas e tecnológicas, nesse caso representadas pelos especialistas, devem estabelecer com outros grupos da sociedade, como sugere a Agenda 21 Global.

Em um mundo marcado pelo cientificismo, um primeiro aspecto que chama a atenção é o papel reservado à informação técnico-científica no planejamento do futuro: “[o estudo] será uma das referências para a elaboração do Diagnóstico, Cenários e indicação de Projetos. Além do documento estarão sendo consideradas pesquisas, reuniões temáticas e contribuições do Conselho” – esclarece o texto orientador entregue aos especialistas contratados. Ou seja, houve a relativização do conhecimento e propostas especializadas diante dos outros saberes e fatores complexos que intervêm em uma cidade moderna. O que não implicou na desqualificação dessa intervenção especializada. No entanto, a aproximação do projeto político ao trabalho dos técnicos não ocorreu sem "um certo temor" dos organizadores, relatou Haroldo Corrêa.

*Não podíamos exigir que o diagnóstico só falasse bem da cidade. Nunca houve a intenção que ele fosse uma rolagem de benfeitorias do Paulo Hartung. Nós sabíamos que não poderia ser assim, até porque não seria um bom diagnóstico. E nem queríamos constranger os consultores. Seria uma coisa descabida. Então o estudo deveria apontar os pontos positivos e também os negativos. E o resultado seria apresentado também para 'fora'. E olha o risco político... A preocupação...*

Inicialmente, os especialistas receberam informações dos objetivos do projeto, suas diversas fases e sua contextualização em relação às iniciativas semelhantes, inclusive a Agenda 21. Havia orientações explícitas, também, para garantir que os estudos técnicos pudessem ser compreendidos e debatidos pelos demais participantes do processo: “o texto deverá primar pela objetividade, clareza e consistência, procurando, sempre que for o caso, estabelecer uma interação com os demais temas que estão sendo elaborados simultaneamente” esclarecia o documento orientador. Ou seja, além do esforço em relação à linguagem, os consultores deviam levar em conta os outros estudos que eram realizados. Para alcançar esses objetivos e também buscar uma sintonia com os desejos da população, as cópias das pesquisas de opinião e dos estudos ficavam à disposição de todos os especialistas, que também eram convidados a participar das reuniões públicas e internas e de outras atividades desenvolvidas, como mencionamos anteriormente. No

---

<sup>107</sup> - Ver, por exemplo, Emílio Munõz (1998) e Evan Selinger (2001).

Anexo 25 reproduzimos a íntegra do documento distribuído aos especialistas: *Considerações gerais para o desenvolvimento dos estudos básicos e dos estudos temáticos*.

A integração entre as diversas áreas, tarefa tão difícil quanto necessária no planejamento de uma cidade, foi perseguida ao longo dos inúmeros encontros entre o Grupo Prospectivo e os especialistas. Os relatórios confirmam o papel da coordenação na homogeneização da metodologia, troca de informações e discussão dos resultados. Os estudos básicos, por exemplo, deviam fornecer subsídios para os temáticos, e para isso foram preparados roteiros comuns a todos os *experts*. Nos Anexos 26.1 a 26.3 estão reproduzidas algumas das mensagens enviadas aos consultores neste sentido. Os vários trabalhos individuais eram inicialmente relatados ao Grupo Prospectivo que, após sugerir melhoras no conteúdo ou na forma, encarregava-se da síntese para a apresentação pública e redação final. Nessa etapa acontecia a fusão de alguns estudos. As pesquisas de opinião e as contribuições do Conselho ajudavam a compor essas conclusões.

No entanto, se não há dúvidas da contribuição dos cientistas e técnicos para a consistência do plano, não parece fácil precisar em que medida eles mesmos realizaram esforços de integração com os seus pares ou com os demais participantes da mobilização. A memória das reuniões internas indica que a presença dos especialistas não foi regular. Nas sessões temáticas também há registros de ausência, o que era mais grave, pois cabia ao consultor apresentar e discutir seu trabalho com os conselheiros e convidados. Não encontramos nenhum tipo de registro da presença dos *experts* nas reuniões plenárias ou em outros eventos públicos - o que seria um indicativo importante da busca das "múltiplas dimensões" necessárias à C&T, como alerta a *Agenda 21 Brasileira - Bases para a discussão* (Brasil, 2000). O responsável pelo capítulo "Vitória no contexto nacional e internacional", Arlindo Vilaschi, por exemplo, lembra-se de ter participado apenas na fase da discussão da metodologia e, depois, na elaboração de seu próprio tema.

Já Vera Nacif<sup>108</sup>, responsável pelo item Ação Social, relatou uma experiência oposta. Mas é preciso ressaltar que ela integrava o quadro de técnicos da PMV como Secretária Municipal de Ação Social. Ou seja, seu depoimento e reminiscências vão além do projeto em si, estendem-se às práticas de participação e de integração das áreas que marcavam a gestão e também à história dos movimentos sociais locais. O que sugere a existência de dois perfis distintos de especialistas: os que tiveram uma atuação nos moldes tradicionais, apenas oferecendo seus conhecimentos sem

grande envolvimento no processo, e aqueles que avançaram no sentido proposto pela Agenda 21. Segundo Haroldo Corrêa, o fato das regras estarem claras desde o princípio ajudou:

*Em momento nenhum surgiu da parte dos especialistas, ou pelo menos não foi explicitado, algum temor em relação ao que iria acontecer com os seus trabalhos. Ou uma recusa em discutir. Até porque não era uma coisa que eles pudessem decidir a respeito. Desde o princípio sabia-se que seria assim.*

O ex-secretário municipal admitiu que foi diferenciada a participação dos especialistas no processo: "como intelectuais, o hábito deles é estar em círculos menores. Eles trabalham entre seus pares... Para muita gente foi uma experiência nova". Todavia ressaltou: muitos tinham passado por experiências anteriores, com um público não especializado, principalmente nos movimentos populares, o que facilitou a sua integração. Para alguns especialistas, o convite para a participação no *Vitória do Futuro* foi um sinal de reconhecimento público de sua competência na área, superior, inclusive, aos dos próprios técnicos da PMV, analisou Arlindo Vilaschi. Ou, ainda, era uma oportunidade para contribuir com a cidade de uma forma mais efetiva, segundo Álvaro de Abreu. Atento observador das dinâmicas e características de Vitória, ele admite que foi um prazer realizar esse trabalho e, curiosamente, trata de relativizar o papel desempenhado pelos consultores:

*Não sou especialista em cidade. Nessa perspectiva não era um processo de especialista, mas um processo de bom senso E de razoável poder de observação, as minhas custas, fora dos manuais e fora de pressões de ninguém. Eu acho importante o que aconteceu em Vitória. Não porque foi realizado por especialistas, mas porque eles estavam fora do poder. E tinham o direito de escrever como quisessem, com a ênfase e o peso que quisessem. Eu não dependia de ninguém, não dependia do cheque, não estava querendo agradar a esse ou aquele. Eu estava no exercício do meu melhor discernimento, do meu melhor bom senso, de analisar, ver e dar de presente.*

Interessante leitura dos fatos nos oferece Álvaro de Abreu: foi um exercício independente de bom senso. Não apenas de especialistas, acrescentamos, mas também de conselheiros, políticos e outros convidados. Talvez esteja aqui a singela explicação (e nem por isso menos verdadeira) da "calibragem" obtida ao longo das discussões, das razões pelas quais as "propostas esdrúxulas" não passaram nos fóruns de deliberações: era um exercício coletivo de bom senso. É bem verdade que o projeto final, resultado da fusão dos vários estudos específicos, das sugestões apontadas pelas pesquisas e reuniões, não se livrou do estigma de "colcha de retalhos", feita, por

---

<sup>108</sup> - Entrevista concedida à autora no dia 19/05/2001

exemplo, por Arlindo Vilaschi. O consultor Júlio Mourão também levantou algumas restrições à edição gráfica, e Álvaro de Abreu ao próprio plano:

*Não acho que esse trabalho tenha sido dos melhores. Há falhas, que foram impostas pelo tempo, porque havia prazos para terminar. Mas, de qualquer maneira, eu percebo que o básico e o importante é que ele serviu para fundamentar a própria prefeitura e também os seus técnicos.*

No entanto, tais limitações ou falhas nos parecem perdoáveis: quando a preparação da Agenda 21 é fruto da mobilização da sociedade, o processo é mais importante do que o documento em si (Trindade, 1997; Kranz & Mourão, 1997). Mais que isso, não há dúvidas que a presença dos especialistas garantiu mais consistência aos debates e à tomada de decisões sem, contudo, desqualificar as demais propostas e anseios, como relata o ex-conselheiro Fernando Luiz Vieira:

*Por serem pessoas que detinham informações, verdadeiros 'depósitos de recursos', eles [os especialistas] trouxeram uma nova visão. Isso foi muito importante. Às vezes, a informação circula tão perto e você não vê porque está deslocado. As informações serviam como uma abertura do mundo. Abria novos horizontes. Nesse sentido, elas cumpriram seu papel, possibilitaram uma visão mais geral. E, já que vamos viver aqui precisamos conhecer melhor a cidade, saber onde investir...*

Ainda que existam várias questões abertas sobre a participação dos especialistas durante o *Vitória do Futuro*, também é certo que encontramos aqui algumas pistas concretas das novas formas de colaboração que esse profissionais podem oferecer nos processos de formulação das políticas públicas sustentáveis. Além, é claro, das principais dificuldades a serem superadas. No contexto da esfera pública democrática, onde é natural o confronto de interesses, as comunidades científicas e tecnológicas precisam exercer a competência comunicativa. E a "ciência cidadã" - utilizando aqui o termo proposto na *Agenda 21 Brasileira* não pode furtar-se de participar desses espaços de negociação ambiental.

#### **4.3 - O Prefeito estrategista**

Na análise de *Vitória do Futuro* é impossível ignorar o papel desempenhado pelo ex-prefeito municipal Paulo Hartung. Não há dúvidas que ele reunia as características de um produtor social: pessoa ou instituição com legitimidade e capacidade de criar as condições econômicas, institucionais, técnicas e profissionais para que um processo de mobilização ocorra (Toro, 1996). A observação dos indicadores das pesquisas de opinião realizadas pelo Ibope e pela Is-

toE/Brasmarket, em 1996, também confirma o grau de liderança do político junto aos cidadãos de Vitória. Evidentemente, esse "poder" ou o papel de produtor também se estendia à PMV que, há pelo menos duas gestões, acumulava resultados positivos junto à população.

Interessa-nos, neste espaço, analisar como o Prefeito Municipal também desempenhou esta função de editor durante a elaboração da Agenda 21 local de Vitória.<sup>109</sup> Segundo Toro (1996: 68), se o produtor deve assegurar os instrumentos e os meios necessários para que as informações da mobilização cheguem aos reeditores, é o editor que as traduz para o imaginário pertinente dos reeditores. Porém, o autor pouco desenvolve sobre o perfil desta "pessoa ou instituição" que, parece sugerir, é o profissional de Comunicação Social no processo mobilizatório. Devido a essa conotação, preferimos, neste trabalho, adotar outro termo para se referir ao político, mais adequado à análise que se segue: "estrategista de comunicação". Ressaltamos que os vários depoimentos deram indicativos claros da função de "estrategista" exercida pelo político. Com base neles, conclui-se que somente Paulo Hartung reunia as habilidades técnicas (conhecimento metodológico de planejamento estratégico) e políticas (liderança e credibilidade) para convocar tantas pessoas - técnicos, conselheiros e outros líderes - em torno de uma discussão de tão grande porte. "Figura chave" foi a expressão mais utilizada para referir-se ao chefe do Executivo Municipal.<sup>110</sup>

No entanto, os entrevistados sempre trataram de atribuir-lhe outra qualidade: a de comunicador. E, aqui, não há economia de adjetivos. Vejamos o que diz Haroldo Corrêa referindo-se ao desempenho do administrador durante o *Vitória do Futuro*: "Ele era altamente comunicativo. Hoje é Senador da República, foi um bom prefeito. Mas é um mestre na comunicação". Na mesma linha está José Luiz Orrico: "Acho que as estratégias da comunicação estavam na cabeça dele, que é uma pessoa muito inteligente". O que, com outras palavras, é confirmado por Júlio Mourão: "A idéia de artigos tem muito a ver com Paulo Hartung. Ele sempre pedia para um ou para outro. E tinha essa preocupação de estar alimentando a mídia. Ele é um craque no uso da mídia".

Curiosamente, ao propor a formação de um Conselho Municipal, o anteprojeto *Vitória do Futuro* previu que o envolvimento de seus membros teria como ponto forte justamente o contato

---

<sup>109</sup> - Os papéis em uma mobilização não são fixos: o produtor pode atuar como editor e, em alguns momentos, também como reeditor, exemplifica Toro (1997).

<sup>110</sup> - Apenas Júlio Mourão tratou de relativizar a importância atribuída à Paulo Hartung e a Luiz Paulo Vellozo: "Não se deve creditar o sucesso do *Vitória do Futuro* apenas a eles dois".

pessoal do Prefeito Municipal. Mais que reconhecer oficialmente o potencial de aglutinador e mediador do chefe do Executivo, transparece aqui também a valorização das relações pessoais e diretas - a comunicação nos níveis macro e micro, se recorremos a Toro - em uma mobilização. Os conselheiros confirmam os bons resultados dessa opção, destacando a constante presença de Paulo Hartung nos debates e a sua capacidade de dialogar, de promover encontros e adesões. "Se fosse um João Bobo qualquer que chamasse, o projeto não teria acontecido. Havia uma equipe com ótimos técnicos, um espaço só para isso, e eles se organizaram bem. Mas o *Prefeito* era a pessoa pública. Era quem abria e fechava a história", diz a ex-conselheira Margarida Capezzuti. Outro conselheiro, Fernando Luiz Vieira, confirmou:

*Paulo Hartung buscava envolver a todos. Criava atividades, como inaugurações, comemorações, projetos, cursos. Tratava de juntar sempre pessoas de diversas partes da cidade e dava oportunidade para elas conversarem.. Isso dava visibilidade ao que estava acontecendo Quando andava na rua, ele se expunha, chamava a população, dava oportunidade para as pessoas falarem com ele, reclamarem. Eu vi isso acontecer.*

"Ele tinha a liturgia do cargo", conclui o ex-assessor José Martinuzzo. E outra vez deparamo-nos com palavras que nos remetem ao simbólico, à força das emoções necessárias para o reencantamento do mundo. Com tal poder e habilidade, é possível supor que o *Prefeito* tenha influenciado na escolha das propostas finais. No entanto, não há indicativos de que isso tenha ocorrido. Pelo contrário, várias de suas idéias não foram aprovadas, como mencionaram pessoas ligadas à coordenação do projeto. Tampouco os conselheiros fizeram referências a algum tipo de imposição: aparentemente o carisma do político não lhes restringiu o direito de debater e deliberar: "A presença do Paulo Hartung o tempo todo foi muito importante. Ele se envolveu diretamente. O projeto só não é a cara dele, porque é a cara da cidade", analisa César Villar de Melo. Aliás, essa idéia de construção coletiva está exposta na capa do suplemento de *A Tribuna* (vide Anexo 10.1): a última frase do título-texto se refere à "nossa *Vitória do Futuro*". Ao final dos trabalhos, a idéia, as propostas e o sonho já não pertenciam à Prefeitura. Em alguma medida haviam sido apropriados pelos cidadãos.

Em uma tese cuja intenção é discutir as demandas que a sustentabilidade traz para os profissionais da área de comunicação, reconhecemos que não foi fácil admitir que a concepção e tônica da estratégia comunicacional de uma iniciativa reconhecidamente bem sucedida deveu-se, principalmente, a um leigo. Por outro lado, se a tentativa de superação da crise ambiental contemporânea tem implicado na ruptura de tantos paradigmas, também não foi diferente nesse

campo. Questões como a democracia participativa, a educação ambiental ou os espaços de negociação nos fazem repensar visões, práticas e políticas centradas mais nos veículos que nos processos, mais na imposição de idéias que no debate, mais na fala que na escuta.

Buscando compreender como funciona essa liderança ou capacidade individual como de "estrategista de comunicação" dentro de uma organização, recorremos ao recente trabalho de Martino (2000). Ao analisar "os processos comunicacionais que envolveram o resgate da imagem do Museu Ipiranga como uma instituição viva, socialmente ativa e participativa", o pesquisador encontra a resposta na figura de José Sebastião Witter, que durante cinco anos dirigiu a entidade sediada em São Paulo. Sem contar com uma assessoria profissional ou projetos específicos, Witter utilizou várias estratégias (também nos três níveis) para desencadear um processo que resultou no renascimento e transformação do museu no segundo mais visitado do País. Mesmo reconhecendo e valorizando o trabalho de Witter em prol da divulgação da ciência, uma das conclusões do estudo é que a política de integração comunicacional de uma organização como o Museu do Ipiranga "não pode depender única e exclusivamente de um único administrador (ou mesmo, de seu carisma e iniciativa junto à opinião pública): pois se corre o inefável risco de, na sua ausência, reestabelecerem-se práticas que premiam o retrocesso e o abandono" (Martino, 2000:105)<sup>111</sup>.

Fazendo nossas as advertências de Martino, tratamos de avançar um pouco mais, na busca da compreensão do papel de comunicador desempenhado pelo ex-prefeito durante a mobilização. E aqui recorremos a Álvaro Abreu, segundo quem Paulo Hartung detinha "os três poderes fundamentais de um administrador moderno e democrático e que se contrapõem aos do cheque ou do porrete". São eles: o de pautar, o de convocar e o de conectar interesses. Graças a esses poderes, diz Álvaro Abreu, o administrador pôde promover e garantir a realização do *Vitória do Futuro*. Tratemos, pois, de examiná-los.

O poder de pautar é a habilidade de chamar a atenção dos "pautadores da mídia" ou de colocar o foco de interesse (ou das câmaras, se queremos) sobre os assuntos ou aspectos que são mais convenientes à liderança. A idéia nos remete à Teoria da Agenda Setting e, ainda, ao possí-

---

<sup>111</sup> - A orientação, aliás, é aplicável a outras situação. Referindo-se às empresas, por exemplo, Bueno (1995:14) alerta que "a prática de comunicação em uma organização moderna, seja ela de qualquer porte, deve extrapolar os limites do departamento de comunicação (...) o que se postula é que a comunicação seja entendida como uma atividade comum a todas as pessoas (...). Deixar a grande responsabilidade da comunicação em mãos de uma única pessoa dentro da organização significa confessar que a empresa teme expor-se..."

vel uso político dessa capacidade de agendamento. O que pode ser positivo, especula Álvaro Abreu: "Se estamos pensando em comunicação, talvez valesse a pena entender, por exemplo, quais seriam as pautas relevantes para fazer com que uma cidade entrasse em um processo de raciocinar, de se entender, de privilegiar esforços e atenção em torno de algumas coisas".

Já o poder de convocação traduz-se na competência de estimular as pessoas a se reunirem para conversar e debater os temas propostos. Em outros termos, Toro (1997:42) também trata desse poder, ao lembrar que o produtor de uma mobilização é alguém ou uma organização capaz "de convocar os reeditores a produzirem modificações em seu campo de atuação". E muitos dos conselheiros referiram-se a essa capacidade de Paulo Hartung. Para Álvaro Abreu, "ele [o prefeito] podia juntar a população. Dava uma pauta e dizia: gente, pensa aí..." O terceiro e último poder é o de fazer a conexão dos interesses: um político exerce e garante sua liderança quando, além de pautar as questões relevantes e convocar todos para discuti-las, pode promover a negociação dos diversos interesses que operam em uma cidade, na forma mais democrática possível:

*Faça o levantamento de uma calçada, por exemplo, dos interesses que gravitam em torno daquela área. Tem o camarada que passa para lá ou para cá, o outro que possui uma loja, o que quer abrir um ponto de venda, o outro o pedaço para fazer discurso... O desafio é conseguir a conexão entre tantas demandas e conflitos distintos, de uma forma aberta. A cidade é a exata expressão desses jogos de forças, ganhos ou perdidos pelos diversos setores, e que se refletem na sua beleza, na disponibilidade dos espaços.*

Não parece haver uma certa relação entre os poderes de um administrador moderno e democrático relacionados por Álvaro de Abreu (pautar, convocar e negociar interesses) e os três níveis de comunicação que, segundo Toro, devem ser considerados em uma mobilização (massa, macro e micro)? De fato, cada um dos poderes parece pressupor o uso de distintas mídias, capazes de convocar, capacitar e animar os diversos atores para a negociação dos interesses existentes em uma cidade ou, se usamos a terminologia de Leis, para a constituição de um espaço de negociação ambiental. De todas as formas, esses são alguns elementos que ajudam a compreender não apenas o papel de Paulo Hartung mas, também, as possibilidades e os desafios da Comunicação Social na busca de alternativas para os ecossistemas urbanos.

## **5 - A participação e o "sonho que se sonha junto"**

Se toda a comunicação na mobilização visa fazer uma arqueologia da consciência, despertar e instrumentalizar os reeditores (Toro, 1997), é necessário fazer uma análise mais apurada

sobre a atuação dos conselheiros no *Vitória do Futuro* - embora, ao longo do trabalho, tenham sido dados vários indicativos sobre este assunto. Apesar do Instituto Futura ter participado dos debates que precederam à formação do Conselho Municipal, a escolha dos nomes não se baseou em amostragens da população, mas na relação de lideranças e membros de fóruns similares existente no banco de dados da PMV. É possível discutir se, de fato, todos os segmentos sociais estiveram representados. Segundo José Luiz Orrico, o único que fez esse tipo de ressalva, provavelmente "mais forças poderiam ter se integrado à discussão". No entanto, para ele, as possíveis distorções foram corrigidas ao longo do processo:

*No âmbito técnico, o projeto reuniu todo mundo. Se houve um distanciamento de alguns setores no âmbito político, e isso é uma crítica que pode ser feita, ele acabou não resultando em prejuízo, porque havia instrumentos para ouvir a população como um todo, o que acabou recuperando os segmentos que não estavam representados. A pesquisa corrigia essa distorção. Não foi feita com essas intenções, mas corrigia.*

Embora estivessem convictos sobre a validade do projeto, a grande adesão surpreendeu até mesmo os organizadores: "era muito acima da expectativa", segundo Haroldo Corrêa. Além do risco político, havia o temor que as pessoas não voltassem nas próximas reuniões, confissão que foi repetida por outros membros da equipe. O que não aconteceu: "no outro encontro elas estavam lá, o auditório continuava cheio". De fato, ao longo de pouco mais de seis meses de mobilização, registrou-se um número regular de participantes, especialmente nas reuniões do Conselho, como se pode observar na tabela seguinte:

**Tabela 6 - Presença de conselheiros, funcionários da PMV, convidados**

Reunião	Data	Participação							
		Conselheiros		PMV		Convidados		Total	
Lançamento	29/02	186	48,95	74	19,47	120	31,58	380	100,00
2ª reunião do Conselho*	14/05	154	47,53	69	21,30	101	31,17	324	100,00
1ª reunião temática	24/06	165	35,26	89	19,02	214	45,72	468	100,00
3ª reunião do Conselho	02/07	192	36,93	210	40,38	118	22,69	520	100,00
2ª reunião temática**	24/07	129	37,07	101	29,02	118	33,91	348	100,00
4ª reunião do Conselho	16/08	146	29,20	171	34,20	183	36,60	500	100,00
Entrega do Plano***	10/09							1.200	100,00

Fonte: Relatório final do *Vitória do Futuro*

(\*) Greve de ônibus na Grande Vitória

(\*\*) Retorno da UFES às aulas

(\*\*\*) Número aproximado de presentes

A tradição dos movimentos sociais urbanos e a prática de gestão colegiada de Vitória ajudam a explicar o quadro acima. Mas, sem dúvida, as estratégias de comunicação foram fundamentais para garantir a presença dos cidadãos nesses eventos. Em seu depoimento no vídeo "Construindo a Agenda 21 local", um dos especialistas do *Vitória do Futuro*, José Carlos Correa, refere-se à importância das cartas pessoais na adesão dos cidadãos à mobilização e na fidelidade aos encontros. Já Madalena Nepomuceno atribuiu o alto índice de comparecimento à sistemática convocação de convidados (profissionais que poderiam contribuir com seus conhecimentos) para as reuniões plenárias e temáticas.

Contudo, a preocupação não era apenas com a quantidade mas, também, com a qualidade da participação. Tratando da representatividade dos conselheiros, a ex-coordenadora técnica do *Vitória do Futuro* admite: não havia garantias que todos eles discutiriam o plano com os seus grupos ou associações. "Muitas vezes a representação nessas instâncias reproduz as práticas de clientelismo. Alguns representavam a si mesmos. E qual o comprometimento desses conselheiros com o público maior?", especula. De fato, as entrevistas com os conselheiros revelaram que foram diferenciados os esforços para estender o debate do *Vitória do Futuro* às bases. Porém, embora possam ter ocorrido desvios desse tipo, Madalena Nepomuceno considera que eles não comprometeram o processo, justamente pelo esforço da coordenação de incluir outros convidados nas discussões. E, se levarmos em conta a tese de José Luiz Orrico, as pesquisas também ajudam a corrigir as distorções. O levantamento feito pela equipe técnica do projeto revela dados da frequência dos conselheiros e convidados.

Tabela 7 -

### Presença nas reuniões plenárias

Membros do Conselho que participaram de uma ou mais reuniões	287
Membros do Conselho que não participaram de nenhuma reunião	72
Total de convidados para o processo (não conselheiros)	1293
Convidados que estiveram presentes às reuniões	387
Convidados mobilizados através da mídia (não cadastrados no banco de dados do projeto, mas que estiveram presentes nas reuniões)	234

Fonte: Relatório final do *Vitória do Futuro*

A análise das folhas de frequência nos indicou que 23,3% dos 359 conselheiros registrados não compareceram a nenhuma reunião plenária, 11,1% participaram de todas elas, 15,3% de quatro, 13,6% de três, 16,1% de duas e 20,6% de apenas uma. Ou seja, uma razoável parcela de conselheiros não aderiu à convocação e poucos estiveram presentes em todas as reuniões plenárias.

rias. Porém, se consideramos aspectos como a não obrigatoriedade de adesão ou a complexidade do tema, a resposta (mesmo que não tenha sido regular) parece muito mais significativa. Também a partir dos relatórios e das listas de presença é possível inferir que cerca de 500 pessoas - entre a equipe de coordenação, especialistas e conselheiros que participaram pelo menos um encontro - envolveram-se diretamente das discussões sobre o futuro da cidade. O número é maior se levarmos em conta os convidados, os estudantes e professores envolvidos no concurso de redação, os autores dos livros, além dos moradores e servidores que responderam às pesquisas de opinião.

A definição da amostragem dos conselheiros para entrevistas incluiu, propositadamente, nomes dos que haviam participado de todas as reuniões, assim como daqueles com uma ou nenhuma presença. Porém, para nossa surpresa, não encontramos grandes diferenças nas respostas entre os dois grupos. Apenas o já citado Guido Cortes, presente em uma única sessão, apresentou argumentos contra a iniciativa: não concordava com a metodologia. Dos outros três conselheiros com apenas uma presença registrada,<sup>112</sup> o primeiro explicou que suas faltas ocorreram devido a problemas particulares, enquanto os outros declararam ter participado mais de uma vez. Dos dois entrevistados que constam como faltosos em todos encontros,<sup>113</sup> enquanto um também atribuiu a sua ausência a problemas pessoais, o outro alegou que esteve presente em algumas reuniões.

A explicação para o desencontro entre as presenças no cômputo final do projeto e as declaradas pelos entrevistados pode estar nas listas de assinaturas, nem sempre um instrumento eficaz de registro, sobretudo nas situações que reúnem mais de três centenas de pessoas. O que chama a nossa atenção é que, mesmo entre os pouco assíduos, ressalvadas as exceções já citadas, não encontramos nenhuma crítica em relação ao *Vitória do Futuro*. Também parece relevante o fato dos ausentes demonstrarem conhecimento do processo e avaliarem positivamente os seus desdobramentos - o que confirma a validade das estratégias de comunicação utilizadas, sejam as cartas ou a ampla cobertura da imprensa. Finalmente, é possível, ainda, fazer uma segunda leitura da participação popular no planejamento: o *poder planejar* guarda estreita relação com *poder sonhar*. Dizendo de outra forma, é algo que mexe com as emoções, com lembrou Paula Almeida:

---

<sup>112</sup> - Representantes do Sindicato dos Comerciários do Espírito Santo, Carlos Sérgio Martins, entrevistado no dia 23/05/2001; da Associação Comunitária Maria Ortiz, Gilcéia Mendes Santos, em 24/05/2001; do Movimento Comunitário Santo Antônio, Deuzina Maria Messias Pagane, em 25/05/2001.

<sup>113</sup> - O representante do Sindicato das Empresas de Radiodifusão do Espírito Santo, Paulo Cava, entrevistado no dia 24/05/2001 e a representante da Associação dos Moradores do Bairro Universitário, em 24/05/2001.

*Todos nós queremos sucesso. E só tem amanhã quem está bem hoje, pois ter futuro é qualidade de vida, coisa de País rico, desenvolvido, que pode planejar o sucesso, o futuro, o amanhã. Para a sociedade subdesenvolvida, não existe amanhã. O brasileiro vive o hoje, come no dia de hoje, não sabe se tem para amanhã... E, de repente, o nome da cidade, o nome do projeto estimula o sucesso pessoal, a auto-estima, a realização de desejos, sonhos.... Sonho da vitória... Sonho do futuro...*

Segundo Arlindo Vilaschi, uma das razões para a grande participação nos debates foi justamente “o encantamento do exercício de pensar o futuro”. Para ele “não havia nem um conselheiro que não quisesse se entregar ao devaneio de pensar o futuro - o futuro do lugar onde a gente mora, do lugar que a gente gosta”. Mas não se tratava de um “devaneio” feito aleatoriamente afirma, referindo-se ao corpo técnico da PMV (habitado ao planejamento estratégico) e também aos conselheiros (já que muitos deles integravam outros fóruns deliberativos). O saudável contraponto a esse "devaneio técnico" podemos encontrar no livro de crônicas, poemas e ilustrações e nas redações dos alunos - mas nem por isso as propostas ali apresentadas parecem menos qualificadas do que aquelas formuladas com a ajuda dos especialistas. E a explicação pode estar na orientação dada por Paulo Hartung aos presentes no seminário de abertura do *Vitória do Futuro*: "Um bom planejamento estratégico deve ser ousado e desafiador (...) realista e viável. Deve e tem que ser feito com cálculos e números, mas também com desejos, com sonhos, com utopias".

Com base nos levantamentos feitos pelo Instituto Futura desde 1993, José Luiz Orrico afirma que Vitória é uma cidade feliz. Talvez uma das explicações para esse sentimento generalizado de felicidade seja o exercício regular (e oficial) de sonhar e, de alguma forma, ajudar a transformar a realidade. Pode ser que isso explique a satisfação confessada pelos ex-conselheiros em relação à experiência do *Vitória do Futuro*. De forma geral, eles salientaram o prazer do encontro e da convivência com os demais moradores, da aquisição de novos conhecimentos e da possibilidade de colaborar ajudando a pensar o próprio município. Sentimentos semelhantes também apareceram nos depoimentos de alguns organizadores e especialistas. Para muitos técnicos, após uma longa prática de "planos de gabinete" com resultados desastrosos - como relatou, por exemplo, José Luiz Orrico - era a primeira grande experiência de planejamento participativo no âmbito da administração pública.

"A pauta das urgências dá lugar à pauta das prioridades..." anunciou o Prefeito Municipal Paulo Hartung na abertura do *Vitória do Futuro*. Ou seja, resgatada a auto-estima dos cidadãos,

resolvidas as questões mais urgentes, garantidos índices civilizados de educação e saúde, era possível pensar no amanhã. E, se é permitido terminar este capítulo de uma forma bastante singela e, admitamos, pouco acadêmica, diríamos apenas: participar faz muito bem! Para o cidadão, para os administradores e também para o meio ambiente. Contudo, mais uma vez a provocação se impõe diante de nós: como a Comunicação Social e seus profissionais podem colaborar?

*Será demais pretender do ato comunicativo presentificado, veloz, volátil, um ato de comunhão dos desejos coletivos? A pergunta paira no instante do artesanato: um ser-comunicador, solidário culturalmente, identificado com o outro, seu interlocutor, pode isolar-se da dor universal?*  
(Medina, 1998:15)

## Conclusões

*Porque tudo que invento já foi dito  
Nos dois livros que eu li:  
As escrituras de Deus, As escrituras de João.  
Tudo é Bíblias. Tudo é Grande Sertão  
(Adélia Prado)*

A urgência de "tornar concreta a utopia da cidade sustentável" estimula o exame e difusão de experiências bem sucedidas e serve de inspiração para este trabalho. E o *Vitória do Futuro* é uma "boa prática" que incita o pesquisador. Como tem acontecido em outros grandes conglomerados urbanos, a cidade de Vitória, capital do Estado do Espírito Santo, tornou-se um laboratório em busca de alternativas para os graves problemas ambientais contemporâneos. Em 1996, a elaboração da Agenda 21 local ofereceu a utopia e o instrumento técnico necessários para mais uma etapa do processo iniciado algumas décadas antes. Foi preciso, então, aprimorar os espaços de negociação ambiental, reinventar as múltiplas possibilidades da esfera pública e o exercício da democracia participativa. O incremento da produção e circulação da informação ajudou a qualificar os vários atores, fundamentar as deliberações e as propostas aprovadas. Assim, ocorreu uma grande mobilização que envolveu os principais segmentos daquela comunidade. Ao final dos trabalhos, mais que um plano de desenvolvimento, os resultados apontavam para "outros afetos, outros olhares, outras idéias, outras relações" (Brandão, 1995).

"Comunicar é estabelecer relações para gerar fraternidade" (CNBB, 1989) ou, em nosso caso, para gerar sustentabilidade - embora não seja um despropósito pensar nesses termos como sinônimos, compreendendo a fraternidade em um sentido mais amplo, que se estende às outras formas de vida e inclusive às gerações futuras. Assim, a própria Comunicação Social é desafiada a tornar-se sustentável - afinal, o conceito não se estende, progressivamente, às várias dimensões sociais, provocando rupturas e mudanças? A análise das estratégias e processos de comunicação do *Vitória do Futuro* confirma que é necessário adequar as políticas de comunicação a essa urgente demanda em favor da vida.

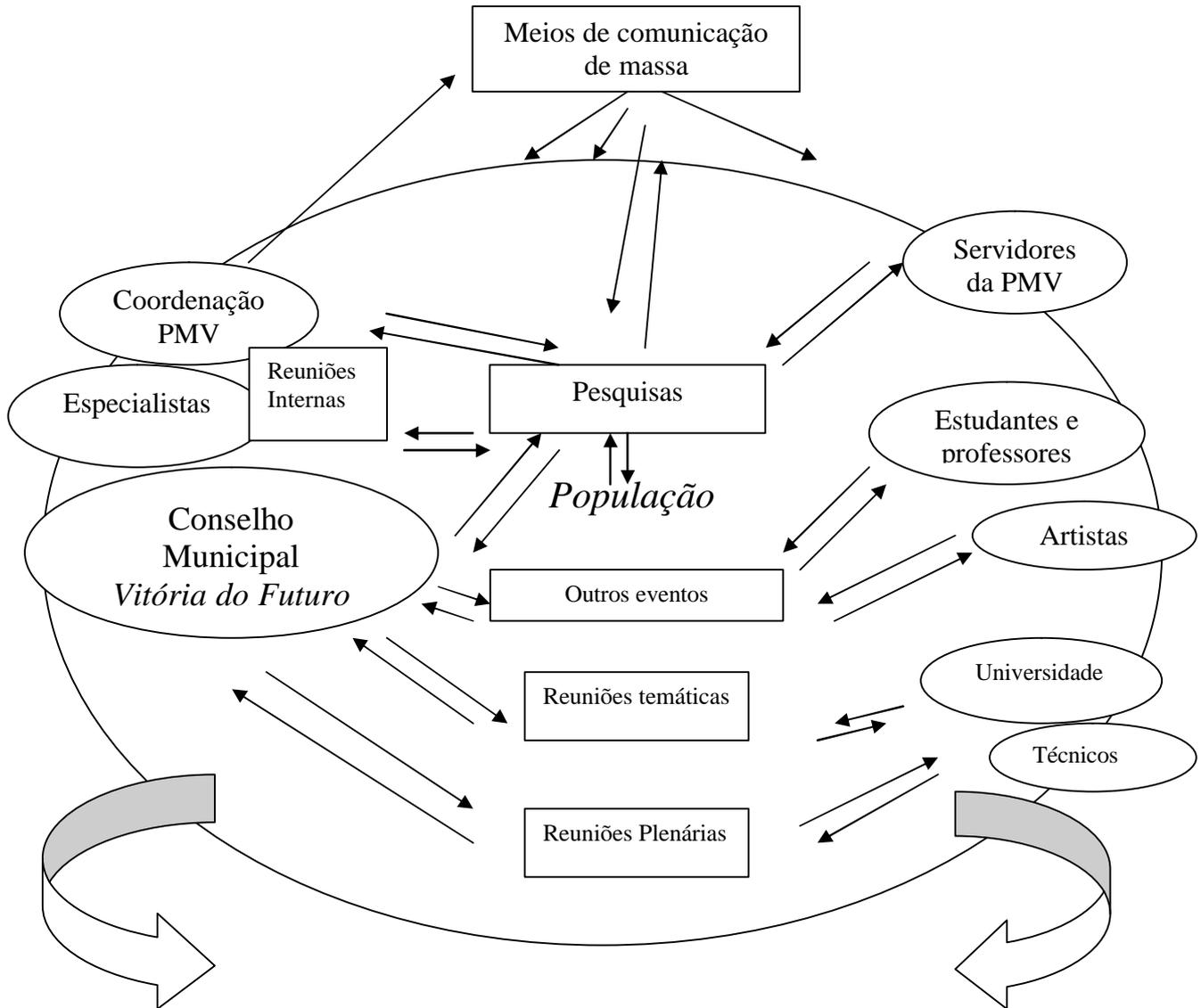
O que fizemos, ao longo deste trabalho, foi estabelecer relações que não estavam explícitas antes e analisar os seus resultados. Mais que uma integração entre os vários níveis de comunicação, é fundamental a percepção das diferentes alternativas oferecidas por cada um deles. O esquema que descrevemos a seguir sintetiza esses níveis, com seus vários instrumentos, e os

papéis que eles desempenharam no *Vitória do Futuro*. Trata-se da descrição *a posteriori* de um plano de comunicação construído ao longo de um processo. Não pode ser transposto inadvertidamente para outras situações, embora ofereça indicações sobre possíveis ferramentas que podem ser utilizadas na mobilização pró-sustentabilidade e abra caminho para outras novas. O desafio é justamente perceber e criar oportunidades, a partir do exame acurado de cada situação.

**Tabela 8 - Processos e estratégias de comunicação no *Vitória do Futuro***

<b>Comunicação de massa</b>	<b>Funções</b>	<b>Contribuiu para</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cobertura midiática em geral (notícias, entrevistas, artigos, notas, etc)</li> <li>- Publicidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Convocar a comunidade</li> <li>- Informar os problemas ambientais em geral e a mobilização em particular (objetivos, metodologias, pautas, etc);</li> <li>-Coletivizar ações e resultados;</li> <li>- Veicular o imaginário;</li> </ul> <p><b>Observação:</b> É a moderna configuração do espaço público.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incentivar e valorizar a atuação dos atores tradicionais e estimular a participação de novos;</li> <li>- Dar visibilidade e legitimidade aos temas ambientais e à mobilização;</li> <li>- Repercutir os resultados;</li> <li>- Criar rede de pertencimento;</li> <li>- Oferecer possibilidades concretas de atuação dos MCS.</li> </ul>
<b>Comunicação Grupal</b>	<b>Funções</b>	<b>Contribuiu para</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniões internas;</li> <li>- Reuniões plenárias</li> <li>- Reuniões temáticas;</li> <li>- Seminários, palestras, exposição, lançamentos dos livros;</li> <li>- Visitas às empresas;</li> <li>- Concurso de redação;</li> <li>- Livro <i>Escritos de Vitória</i>;</li> <li>- Livro <i>Novo Arrabalde</i>;</li> <li>- Festa de encerramento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Convocar grupos distintos com linguagem, argumentos e instrumentos próprios;</li> <li>- Ampliar a mobilização;</li> <li>- Organizar e orientar os esforços dos vários setores;</li> <li>- Discutir e deliberar alternativas e propostas;</li> </ul> <p><b>Observação:</b> Em vários momentos é a realização da esfera pública no conceito tradicional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicitar formas de atuação ligadas à própria identidade;</li> <li>- Exercitar a competência Argumentativa;</li> <li>- Criar o sentimento de pertencimento e de participação;</li> <li>- Ampliar as possibilidades de adesão oferecendo alternativas não convencionais.</li> </ul>
<b>Micro Comunicação</b>	<b>Funções</b>	<b>Contribuiu para</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encontros;</li> <li>- Cartas;</li> <li>- Reuniões;</li> <li>- Visitas pessoais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Convocar e persuadir cada um dos atores em particular;</li> <li>- Orientar para a ação e esclarecer o papel de cada ator na mobilização;</li> <li>- Oferecer um <i>feedback</i> direto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concretizar as redes de pertencimento, de identidade;</li> <li>- Dar nova dimensão à ação individual, estimulada nos níveis anteriores.</li> </ul> <p><b>Observação:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- É o momento mais importante, quando ocorre ou não adesão à mobilização. Aqui, emoção e sentidos são tão importantes quanto os argumentos lógicos.</li> </ul>

Uma outra representação gráfica ajuda a mostrar a integração dos diferentes atores durante o *Vitória do Futuro* e os instrumentos utilizados para o estabelecimento de um grande rede, cujo objetivo era traçar um plano de desenvolvimento para a cidade.



**Figura 7**

**Plano Estratégico Vitória do Futuro  
(1996-2010)**



Compreensivelmente, o pólo mais aparente desse esquema, no *Vitória do Futuro* ou em outra mobilização qualquer, é o da comunicação de massa - para muitos a nova configuração do espaço público contemporâneo. Com o poder de garantir a visibilidade e a legitimidade das pautas em discussão, a mídia massiva é o principal canal de informação da sociedade sobre os problemas ambientais, as buscas de soluções e seus resultados. Mesmo sem termos realizado uma análise exaustiva da qualidade do trabalho da imprensa ou da publicidade, e nem da atuação dos veículos eletrônicos - visto que não era este o objetivo desta pesquisa - a partir do levantamento feito nos jornais e dos vários depoimentos, foi possível confirmar o papel fundamental dos meios massivos na mobilização pró-Agenda 21 de Vitória

Os jornais, com suas notícias, reportagens, notas, artigos e entrevistas, encarregaram-se de divulgar os trabalhos e manter vivo o interesse pelo assunto. Durante os sete meses de reuniões, as sistemáticas (e elogiosas) referências feitas ao projeto popularizaram, explicitaram e valorizaram o exercício de pensar a própria cidade. Em outros termos, influenciaram favoravelmente a opinião pública em relação ao plano. "A mídia foi 100% eficiente" na avaliação dos organizadores. Segundo eles, a cobertura jornalística garantiu o reconhecimento de seus esforços e, acrescentamos, também dos conselheiros e convidados.

Em nossa avaliação, o grande destaque dado ao *Vitória do Futuro* deveu-se a vários fatores. O primeiro deles: ainda que fosse uma iniciativa oficial, a relação do produtor da mobilização (a PMV) com a imprensa não se limitou às práticas comuns das assessorias de comunicação dos órgãos públicos, marcadas pelo exaustivo envio de *releases* ou compra de espaços publicitários. Pelo contrário, foram as estratégias indiretas - por exemplo, os artigos, a publicação dos livros ou o concurso de redação - que ajudaram a repercutir a iniciativa e a ampliar os espaços de cobertura a partir de novos fatos.

No entanto, merece atenção a estratégia da PMV de convocar os principais veículos da cidade para se integrarem ao Conselho Municipal do *Vitória do Futuro*, reconhecendo-os como atores sociais relevantes na comunidade. O convite certamente provocou uma postura diferenciada no tratamento jornalístico da iniciativa e, até mesmo, a explicitação do interesse por seus resultados positivos - como aparece claramente em *A Tribuna*. Neste sentido, é ilustrativo o diálogo que, segundo Lília Melo, teria ocorrido entre ela e a imprensa: Os repórteres: "- Quem garante que esse projeto vai virar realidade?" A secretária executiva do *Vitória do Futuro*: "- Você mesmo. Quanto mais falar sobre o assunto mais a população terá condição de cobrar".

A campanha de publicidade, com poucas peças e restrita à fase inicial das atividades, cumpriu seu papel de despertar a atenção para o lançamento do *Vitória do Futuro*, provocando a curiosidade do cidadão para o chamado que lhe era dirigido. Por outro lado, a publicação dos convites para os eventos públicos nos jornais serviu para valorizar cada um desses momentos, conferindo-lhes novos significados, sobretudo à medida em que os anúncios eram reforçados por cartas e telegramas. Se a mensagem pessoal e direta reforçava o convite, a importância da participação de cada conselheiro e convidado era explicitada através das mensagens que circulavam nos veículos mais importantes da cidade.

O uso de estratégias específicas para públicos segmentados confirmou como é grande o leque de opções no nível de **macro comunicação** e, sobretudo, as possibilidades e vantagens de reunir novas vozes e experiências à mobilização. Fosse através do uso de instrumentos sofisticados, como as sondagens de opinião, ou tradicionais, como o concurso de redação, todos tiveram o mérito de apresentar e valorizar distintas formas de adesão e contribuição. Podem estar aí alguns indicativos das novas formas de convocação dos atores não tradicionais para que, baseados no acesso à informação, eles também tomem parte na construção dos conhecimentos cuja maior expressão sejam as alternativas ambientalmente saudáveis para as suas comunidades (Agenda, 1992; Leis, 1997; Tratado, 1992). Importante ressaltar o esforço na construção do diálogo entre os vários atores do *Vitória do Futuro*, na medida em que se dava publicidade aos resultados das pesquisas, aos livros ou às redações premiadas.

Ainda sobre o nível de macro comunicação, o exame da dinâmica das reuniões plenárias e temáticas do *Vitória do Futuro* oferece-nos indicativos de como aprimorar os espaços de negociação ambiental, conforme proposto por Leis (1997). Alguns dos pontos necessários para a construção de uma ação comunicativa eficiente, enumerados pelo autor, podem ser encontrados em Vitória. Entre eles: existência de distintos atores com capacidades e recursos relativamente iguais para influir no processo de decisão; cara-a-cara prolongados para o estabelecimento de relações de confiança, conhecimento e interesse; definição apropriada de regras, agendas e garantias de legitimidade da representação.

Em Vitória, essas condições se realizaram através da preparação cuidadosa das reuniões; do uso de instrumentos didáticos na divulgação das informações; de orientações claras sobre as etapas, metodologia, objetivos e prazos, entre outros. Mecanismos simples que, no entanto, aproximaram tais encontros do espaço de negociação ideal, onde é possível a construção de

consensos a partir do exercício da competência comunicativa. E os comentários dos participantes sobre as reuniões temáticas praticamente repetem as palavras de Leis (1997:240): neles os melhores argumentos realmente tiveram "uma chance real de prevalecer frente às visões instrumentistas dos atores políticos e econômicos tradicionais" .

Em que pese a importância dos níveis de massa e macro na elaboração da Agenda 21 de Vitória, é pertinente sublinhar que a **comunicação no nível micro ou pessoal** definiu a configuração e o próprio rumo do projeto. É o caso das visitas aos principais editores/reeditores e dos reiterados contatos com os conselheiros. Não podemos deixar de considerar os encontros informais, os espaços de convívio, quando os diversos participantes podiam trocar impressões sobre os temas em debate no *Vitória do Futuro*, além de se conhecerem melhor. Foi o que aconteceu nos lançamentos dos livros, na exposição de mapas da cidade e até nos intervalos das sessões plenárias e temáticas, mencionadas por alguns conselheiros. Também é oportuno lembrar que a cidade vivia, no final de 1996, uma fase de muitas inaugurações, sempre assistidas pelos integrantes das associações de bairro da capital, conforme mencionaram alguns conselheiros em suas entrevistas.

Quando consideramos essas oportunidades de contato pessoal, não deixa de ser sintomática a importância atribuída ao ex-prefeito Paulo Hartung como aquele que convocava e promovia os encontros. Se os organizadores referiram-se, principalmente, às habilidades do político com a mídia, foi a nostalgia dos encontros que marcou, em maior ou menor grau, os depoimentos dos demais participantes. Por isso, conquanto os conselheiros concordem que as propostas e estratégias assumidas em 1996 estão sendo implementadas, registramos um visível descontentamento pela não continuidade das reuniões, daqueles momentos quando "todos podiam conversar". Da aparente contradição emerge uma questão de grande relevância para a mobilização: embora hoje se fale em esferas públicas múltiplas e fragmentadas, e mediatizadas pela imprensa ou pesquisas de opinião, elas não substituem os debates co-presenciais.

Nem a polis do século XXI, nem a construção do desenvolvimento sustentável podem prescindir da *Ágora*, ainda que, como antes, seja possível discutir os critérios de representação dos que dela participam em nome da comunidade. O nível local, onde se origina grande parte dos problemas e das soluções ambientais, é também o espaço da resistência aos processos de individualização e atomização social, da criação das redes de pertencimento e de identidade. Além da proteção da natureza, a cidade sustentável reserva grandes cuidados aos cidadãos. E não apenas

de empregos, transporte ou saúde, mas também de lazer, cultura, conhecimento e... encontros. Como vimos no capítulo 1, são demandas abstratas, complexas, carregadas de conteúdos simbólicos e que, por isso mesmo, exigem maior esforço para serem percebidas e atendidas.

A imposição da *lógica dos espaços de lugares* sobre a *lógica dos espaços de fluxos* (Castells, 1998) exige a revalorização das formas históricas de interação e diálogo. Contudo, ela não pode abster-se da utilização dos modernos recursos de comunicação e informação. A mobilização *pró-Vitória do Futuro* confirma que é fundamental criar uma 'comunicação em rede' nos movimentos urbanos *pró-sustentabilidade* que, no entanto, não se esgota nas tecnologias de grande alcance e velocidade.

Mais que isso, a comunicação em rede se estabelece a partir da compreensão de que são muitos os personagens e caminhos necessários para a construção de consensos em uma democracia participativa. E a relação direta e pessoal ainda é a força motriz de toda e qualquer mobilização. A utopia da cidade sustentável se constrói com encontros pessoais, cartas, redações dos estudantes, ilustrações e poemas de artistas. E, também, com as notícias da TV ou do jornal, as campanhas publicitárias e a ajuda da Internet. Passa pelos gabinetes dos gestores, pelas redações e estúdios, mas precisa atingir as ruas e as praças. O desafio é romper os fluxos verticais de informação e estabelecer processos circulares mais concernentes ao novo modelo.

Contudo, em Vitória a presença do comunicador profissional restringiu-se apenas a algumas partes ou etapas dessa grande rede, mais especialmente aos meios massivos com suas mensagens noticiosas ou publicitárias. Foram os coordenadores do projeto que, intuitivamente ou não, estimularam a maioria das possibilidades de convocação e sensibilização, inclusive as não previstas inicialmente. A perplexidade causada por essa ausência não é nossa apenas. Ela foi expressa também pela publicitária Paula de Almeida, em entrevista à autora, quando refletia sobre a experiência da realização de uma campanha institucional, cujo objetivo não era vender um produto, mas uma mobilização:

*Eu te pergunto onde está a comunicação na gestão pública? Falta a figura da-quele que realmente estabelece a comunicação. Uma crítica que faço é que, geralmente, só os jornalistas são chamados para gerir as secretarias de comunicação. São profissionais ligados a fatos, eventos, que pouco entendem de imaginário, de sonhos e desejos – que se relacionam mais à publicidade. O governo se preocupa com a comunicação para informar, para educar e até para mobilizar, mas o que move as pessoas é o imaginário.*

Estaríamos aqui diante da disputa por "áreas" que muitas vezes têm marcado a relação dos profissionais, principalmente daqueles que atuam nas assessorias de Comunicação Social? Pode ser. Mas, a observação tem o mérito de tocar em um ponto vital da mobilização e, especialmente, do ambientalismo. Também aos comunicadores é dirigido o apelo feito pela Agenda 21 às comunidades científicas e tecnológicas: é preciso buscar novas formas de interação e cooperação com seus próprios pares, com os cidadãos, os formuladores e gestores de políticas e, assim, contribuir mais efetivamente na implementação do desenvolvimento sustentável.

No contexto da democracia participativa, os meios de comunicação, assim como as organizações e lideranças democráticas, se destacam por sua capacidade de pautar, convocar e negociar os diversos interesses que transitam em uma cidade. Mas, para isso, é necessário buscar a "flexibilização", apontada por Dowbor (1993). O que significa que tais questões devem ser pensadas também no âmbito das políticas públicas de comunicação. Às metáforas que hoje denominam os conglomerados urbanos com qualidade de vida - cidades "cultura-conhecimento", "estratégica" e "sustentável" - provavelmente seja o caso de acrescentar a "cidade comunicação..."

O conhecimento técnico-científico é imprescindível e deve-se garantir a sua produção e circulação. Mas, seja na Operação Rodízio, na Pastoral da Criança ou no *Vitória do Futuro* o grande avanço é a compreensão de que os conteúdos - veiculados através das várias mídias, dos eventos, atividades ou gestos - carregam distintos sentidos. E são os sentidos que movem. Toro alerta-nos: mobilizar é fazer circular informações e sentidos, o que só pode ser feito através de processos e estratégias comunicacionais. Mas ele vai além: a paixão se mobiliza não através da lógica, mas das imagens e representações. Hoje, como antes, elas provocam emoções e decisões: as figuras do marlin que "salta rumo à liberdade" e do caranguejo que "anda para trás", por exemplo, ajudaram os conselheiros a visualizarem os cenários futuros e a decidirem-se por um deles. E, para qualquer uma das mobilizações vale a advertência de Fábio Feldmann: "cada opção tem conseqüências que podem significar a diferença entre viver bem e viver mal. Ou entre viver e não viver" (São Paulo, 1997:13).

No entanto, outras estruturas imagéticas igualmente importantes foram detectadas na análise do *Vitória do Futuro*. Lembremo-nos da freqüência de termos como epifanização, celebração e liturgia ao longo deste trabalho. A logomarca estampada na televisão, no *outdoor*, ou na carta recebida; as redações e poesias; as reuniões; os fogos de artifício e o buzinaço na entrega

do plano estão traspassados por símbolos, narrativas, rituais. E todos tratavam de lembrar aos gestores e servidores públicos, aos pesquisadores e técnicos e aos conselheiros e cidadãos que eles desfrutavam de um grande privilégio: o de sonhar com um futuro melhor. E a iconografia desse porvir era o marlin que, fugindo de seus algozes, salta em direção à vida.

Com tantos e tão diferentes personagens, vários aspectos devem ser considerados no tocante à apropriação e reelaboração das mensagens produzidas na mobilização pela cidade sustentável. Em que medida o processo vivido pelos reeditores transformou-se em novos olhares, afetos, idéias e relações - não apenas deles próprios mas também de seus públicos - inserindo-se na prática cotidiana do indivíduo e do cidadão? Comentando as pesquisas de análise de audiências, Orozco Gómez (1995) lembra que o receptor é ativo, e que qualquer estudo neste sentido não pode se dar fora de uma análise cultural. Interessam-nos, aqui, as categorias utilizadas pelo autor que busca reconstituir a possível trajetória entre uma situação de aparente passividade diante do meio à de sujeito participante. As etapas seriam: noção, motivação, conhecimento necessário para participar, percepção da capacidade pessoal que se requer para agir a partir de determinada situação. A idéia guarda relação com a escala dos vínculos à mobilização proposta por Henriques & Braga (2000), que vai de nenhum envolvimento até a participação institucional.

Tendo em conta as experiências anteriores em mobilização e o perfil dos participantes do *Vitória do Futuro*, todos eles tinham algum grau de envolvimento ou de leitura de projetos similares. Tampouco algum entrevistado revelou total desconhecimento do plano e de seus resultados. Nem sequer os conselheiros cujos nomes constam como ausentes em todas reuniões - o que confirma a importância das correspondências enviadas durante os trabalhos de planejamento. No entanto, os depoimentos indicaram diferenciados esforços de estender a discussão até as próprias bases ou aos seus pares (no caso dos especialistas) ou de incluir os seus resultados nas práticas pessoal ou organizacional. O que nos remete aos problemas de representatividade apontados por Madalena Nepomuceno em sua entrevista à autora.

Se consideramos apenas a temática meio ambiente, lembramos que ela estava explícita somente em um estudo ou grupo específico, embora a preocupação com a questão tenha permeado todo o planejamento, conforme descrito. Neste sentido, torna-se difícil fazer uma avaliação específica sobre o assunto. Contudo, a visão integrada das áreas ou dos problemas é positiva, e a Agenda 21 apresenta esse como um de seus objetivos. Os entrevistados reconheceram a importância da informação pertinente e dos fóruns de argumentação democráticos para a tomada de

decisões. Esse é o caminho mais adequado: em Vitória não há mais espaços para retrocessos, para políticos populistas ou propostas sem fundamentação técnica, disseram. Além disso, foram significativas as menções à satisfação e à responsabilidade sentidas pelos que participaram dos debates.

Também é possível considerar como formas de apropriação das informações do *Vitória do Futuro* as redações dos alunos (e, sem dúvida, as discussões nas escolas que antecederam o concurso), os textos publicados nos livros e os artigos veiculados pelo jornal *A Gazeta*. Ou seja, os diferentes reeditores da mobilização cumpriram sua tarefa de tornar o tema em debate pertinente aos interesses e linguagem de seus públicos. Assim, em maior ou menor grau, a reelaboração das mensagens e da experiência do planejamento municipal participativo ocorreram em um sentido mais amplo que o meramente ambiental. O que, certamente, é adequado, já que a noção de sustentabilidade deve penetrar todas as esferas e níveis da sociedade.

Segundo Castells (1998), independente dos resultados efetivos do movimento, a sua própria existência produz sentido. O que reforça a validade dos aspectos educativos pró-cidadania decorrentes do *Vitória do Futuro*, mesmo sem julgar o mérito das propostas e estratégias aprovadas. Da mesma forma, a implementação do documento não depende apenas da Prefeitura Municipal, mas também das outras esferas de governo, das lideranças empresariais e comunitárias e até mesmo da mídia massiva, como lembrou Lília Mello. Contudo, é mais fácil um plano ser engavetado quando ele é feito entre quatro paredes, por um pequeno grupo, do que quando é resultado de um trabalho participativo que envolve toda a sociedade (Kranz & Mourão, 1997).

Mais que uma meta, a sustentabilidade é um processo. Exige grandes mudanças (daí se falar em novos paradigmas), ousadia, persistência, e não há soluções mágicas ou de curto prazo. O próprio cidadão-conselheiro<sup>114</sup> trata de alertar-nos do risco de mitificar o projeto: "Eu não ia só àquelas reuniões. Elas eram apenas uma etapa de um série de outras coisas. A busca de conscientização, a participação que acontecia ali não se devia a um milagre. E que pode ser jogado pela janela se não tiver continuidade". E o exame de experiências de implantação da Agenda 21 local no Brasil é revelador: as de maior êxito foram aquelas cujas comunidades (e administrações) já desenvolviam os novos marcos da gestão urbana. Os resultados dessas mobilizações não estão desvinculados de um contexto e, especialmente, das experiências de participação na gestão pública. Mas vale repetir: não há milagres.

---

<sup>114</sup> - Fernando Luiz Vieira

É preciso acrescentar que o final de nosso trabalho coincide com o início da revisão do *Vitória do Futuro* (ver Anexo 4.3). A proposta de uma avaliação do planejamento aprovado em 1996 aconteceu devido as grandes mudanças ocorridas desde então.<sup>115</sup> No campo econômico, por exemplo, ocorreram as privatizações de várias empresas públicas e a descoberta de bacias petrolíferas no litoral de Vitória, provocando grande impacto na cidade. Outra justificativa para a revisão: as inúmeras transformações sociais resultantes dos avanços tecnológicos, principalmente nas áreas de comunicação e informação. Além disso, após vários anos de debate, em 2001 foi aprovado o Estatuto das Cidades, uma nova legislação federal que oferece ferramentas mais modernas para o gerenciamento e planejamento urbano. Finalmente, considerando-se o histórico de movimentos sociais urbanos e gestão participativa, não é de se estranhar que, após o acúmulo de novas experiências, principalmente daquelas decorrentes do *Projeto Terra*<sup>116</sup>, a Prefeitura Municipal de Vitória e os próprios cidadãos decidissem avançar um pouco mais. E, vale recordar, o atual chefe do executivo, Luiz Paulo Vellozo, em sua segunda gestão (2001-2004), foi o idealizador do *Vitória do Futuro*.

O início do *Vitória do Futuro 2002* coincidiu, ainda, com os preparativos da Rio +10 - a Cúpula Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável, a se realizar em Joanesburgo, África do Sul, de 26 de agosto e 04 de setembro de 2002. Se são inúmeras as justificativas para as avaliações e atualizações, também não faltam desafios, sejam novos ou antigos. Na revisão do planejamento de Vitória, para enfrentar questões como a representatividade dos conselheiros e o estabelecimentos de fluxos de informações e sentidos com a comunidade, a solução prevista foi o uso das novas tecnologias. A idéia é utilizar postos públicos de informática, já em fase de implantação na cidade, para ampliar a participação dos moradores. Além disso, desta vez, o principal instrumento de convocação direta dos conselheiros e convidados não serão mais as cartas e telegramas, mas o correio eletrônico. Além disso, os estudos e debates estarão disponíveis em um site próprio (<http://www.vitoriadofuturo.org.br/>) que também realiza pesquisas de opinião.

Assim, no tempo da crise das metanarrativas, das utopias e instituições de referência, é provável que o novo venha justamente da busca da sociedade ecologicamente sustentável e socialmente justa. E, seja através de computador, seja através de reuniões presenciais, é preciso

---

<sup>115</sup> -.Sobre o Rio + 10 ver <http://www.riomaisdez.org.br>

<sup>116</sup> - Em 2001, a Caixa Econômica Federal elegeu o *Projeto Terra* entre as 10 melhores práticas de gestão local do Brasil nas áreas de habitação, saneamento e geração de renda. O projeto será um dos representantes oficiais do País, no concurso internacional *Best Practice and Local Leadership Programme* do Habitat-ONU, que acontecerá em Dubai - Emirados Árabes, em 2002.

construí-la. E as cidades, com suas grandes populações e problemas, são o espaço mais adequado para essa grande aventura. Assim, a pesquisadora termina seu trabalho com a mente e o coração divididos entre o primeiro e o segundo *Vitória do Futuro*. Como não se lembrar do velho adágio?: "Essa história não termina. Acaba de começar. O que vai acontecer, é coisa de se imaginar...."

## Referências

- AGENDA 21. Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Rio de Janeiro: Centro de Informações das Nações Unidas, 1992.
- ALFONZO Alejandro. La Unesco y la comunicación para el desarrollo en América Latina. In: Marques de Melo, José (org). *Identidades Culturais Latino-americanas em tempo de comunicação global*. São Bernardo do Campo: Edims, 1997. p. 35-47.
- ARRUDA, A. Ecologia e Desenvolvimento: representação de especialistas em formação. In: SPINK, M.J. (org). *O conhecimento do cotidiano*. São Paulo: Brasiliense, 1993.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS MUNICÍPIOS E MEIO AMBIENTE. *Programa da Agenda 21 local no Brasil* (proposta). São Paulo, 1996.
- AULA VERDE - REVISTA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL. Sevilla: Consejería de Medio Ambiente, n. 19, jul. 1999. 24 p.
- BACCEGA, Maria A. *Comunicação e linguagem – discursos e ciência*. São Paulo: Moderna, 1998. 137 p.
- BABIN, Pierre; KOULOUMDJIAN, Marie-France. *Os novos modos de compreender*. São Paulo: Paulinas, 1989. 183 p.
- BARROS, Abil J. P.; LEHFELD, Neide A. *Projeto de pesquisa: propostas metodológicas*. Petrópolis: Vozes, 1990. 97 p.
- BERLO, David K. *O processo da comunicação - introdução à teoria e à prática*. Tradução de Jorge Arnaldo Fontes. 9. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999. 327 p.
- BLUM, Deborah; KNUDSON, Mary. *A field guide for science writers*. New York, Oxford: Oxford University Press, 1997. 287 p.
- BOFF, Leonardo. *O despertar da águia - o dia-bólico e o sim-bólico na construção da realidade*. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 1998. 174 p.
- BORDENAVE, Juan D. Comunicação e transferência de tecnologia agrícola. In: *Anuário Unesco-UMESP de comunicação regional*. São Bernardo do Campo: Unesco-UMESP, 1997. p. 57-64.
- BOURDIEU, Pierre. A opinião pública não existe. In: THIOLENT, M. *Crítica metodológica, investigação social e enquete operária*. São Paulo: Polis, 1980. p. 137-151.

- BRANDÃO, Carlos R. Outros afetos, outros olhares, outras idéias, outras relações. In: *A questão ambiental: cenários de pesquisa. A experiência do Ciclo de seminários do NEPAM*. Campinas: Unicamp/Nepam, 1995. p. 13-30.
- BRASIL, MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E DESPORTO. *A implantação da educação ambiental no Brasil*. Brasília: Coordenação de Educação Ambiental do Ministério da Educação e do Desporto, 1998. 166 p.
- BRASIL, MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, DOS RECURSOS HÍDRICOS E DA AMAZÔNIA LEGAL. *Desenvolvimento Sustentável – 100 experiências brasileiras. Consulta Nacional - Agenda 21*. 1997. Disponível em: < <http://www.mma.gov.br/port/se/agen21/> > Acesso em: 15 ago. 2000.
- \_\_\_\_\_ *Agenda 21 brasileira – bases para discussão*. 2000. Disponível em: < <http://www.mma.gov.br/port/se/agen21/ag21bra> > Acesso em: 14 mar. 2001.
- BRASIL, Tribunal Superior Eleitoral. Brasília. Disponível em: < <http://www.tse.gov.br/eleicoes/eleicoes96/eleicao96> >. Acesso em: 20 mar. 2001.
- BRUSEKE, Franz J. Desestruturação e desenvolvimento. In: *Incertezas da sustentabilidade na globalização*. Campinas: Unicamp, 1996. p. 103-131.
- BUENO, Wilson da C. *A comunicação empresarial para enfrentar os desafios do séc. XXI*. Amparo (SP): Contexto, 1995. 41 p. (Coleção doc. nº 1)
- \_\_\_\_\_ *Jornalismo científica no Brasil: o compromisso de uma prática dependente*. 1984. Tese (Doutorado) - Departamento de Jornalismo e Editoração da USP, São Paulo, 1984.
- BURKETT, Warren. *Jornalismo Científico - como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação*. Tradução de Antônio Tansito. Rio de Janeiro: Forense, 1990. 229 p.
- CAMPOS JÚNIOR, C.T. *O novo arrabalde*. Vitória: PMV, Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, 1996. 250 p.
- CANCLINI, Nestor G. *Consumidores e cidadãos - conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997. 268 p.
- CARVALHO, José C. R. de & VIEZZER, Moema L. Comunicação ambiental e participação. In: *UNI-AMBIENTE - Boletim da Comissão Interinstitucional sobre o meio ambiente e educação universitária*. [s. l.], ano 2, n. 1, p. 7-17, fev./mar, 1991.
- CASTELLS, Manuel. *La era de la información – economía, sociedad y cultura – vol. 2: El poder de la identidad*. Versión castellana de Carmem Martínez Gimeno. Madrid: Alianza Editorial, 1998. 495 p.
- CASTRO, Newton de (coord.) *A questão ambiental: o que todo empresário precisa saber*. Brasília: SEBRAE, 1996. 145 p.
- COMMUNICATION RESEARCH TRENDS. Communication and the environment. London: The centre of the Study of Communication and Culture, v. 13, n. 1, 1993. 31p.
- COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. *Nosso futuro comum*. 1ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1988. 430 p.
- CONFERÊNCIA Nacional dos Bispos do Brasil. *Texto base da Campanha da Fraternidade 1989 - Comunicação Para a verdade e a paz*. Brasília: CNBB, 1989. 94 p.

CONSTRUINDO a Agenda 21 local. Produção: Ministério do Meio Ambiente. da Amazônia Legal e Recursos Hídricos. Brasília. 2001. 1 fita de vídeo (18 minutos)

CORNELL, James. *A imprensa e o planeta*. In: Seminário a Imprensa e o Planeta, 1989. *Anais...* São Paulo: Associação Brasileira de Emissoras de Rádio, 1989. p. 50-53.

CRAIG, L. LaMay; EVERETTE, E. Denis (Ed.). *Media and the environment*. Washington DC: Island Press, 1992.

CRESPO, Samyra; LEITÃO, Pedro. *O que o brasileiro pensa da ecologia*. Rio de Janeiro: MAST, CETEM, ISER, 1993. 253 p.

CRESPO, Samyra. *O que o brasileiro pensa sobre o meio ambiente, desenvolvimento e sustentabilidade*. 1997. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/SE/pesquisa>> Acesso em: 15 ago.2000.

DALY, Herman. Crescimento Sustentável: uma incongruência. In: *Desenvolvimento de Bases*. [s. l.: s. n.], 1991. p. 35.

DIAS, Genebaldo F. *Educação Ambiental, princípios e práticas*. 2 ed. São Paulo: Gaia, 1993. 400 p.

DIEGUES, Antônio C. S. *O mito moderno da natureza intocada*. São Paulo: UPAUB/ Universidade de São Paulo, 1994, 163 p.

DIETZ, Lou Ann. *Tudo que você precisa saber para usar esses instrumentos de projeção como profissional*. [s. l. ]: WWF, [19--?]. 83 p.

DOWBOR, Ladislau. Espaço local, atores sociais e comunicação. In: *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo: UESP, ano XI, nº 19, p. 9-29, mar. 1993.

EASTERBROOK, Gregg. *A moment on the earth - The coming of environmental optimism*. New York: Viking, 1995. 745 p.

EMBRAPA - EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. *Política de comunicação*. Brasília: Embrapa/Ministério da Agricultura e do Abastecimento, 1996. 57 p.

ENCONTRO INTERNACIONAL DE IMPRENSA, MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. Carta de Belo Horizonte. (Documento final do Green Press). Belo Horizonte, 1992.

ERIKSSON, Karl-Erik. Ciência para o desenvolvimento sustentável. Tradução de . Mary Teresa Araújo. In: CAVALCANTI, Clóvis (org.) *Meio ambiente, desenvolvimento sustentado e políticas públicas*. São Paulo: Cortez; Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 1997. p. 93-103.

ESTADO DE S. PAULO (O). *Manual de redação e estilo*. Organizado e editado por Eduardo Martins. São Paulo., 1990. 351 p.

ESTRATÉGIA GLOBAL DA BIODIVERSIDADE, A. Diretrizes de ação para estudar, salvar e usar de maneira sustentável e justa a riqueza biótica da Terra. Instituto de Recursos Mundiais; União Mundial para a natureza; Programa das Nações Unidas para o meio ambiente. Curitiba: Fundação O Boticário de Proteção à Natureza, 1992. 232 p.

EXAME. nº 9, 3 de maio de 2000, ano 34. p. 77-110

FAYARD, Pierre. Divulgação y pensamento estratégico. In: *Arbor*, ano CXL, p. 27-36, nov./dic., 1991. p. 27-36.

\_\_\_\_\_. Entre comunidade e diversidade. A informação científica e técnica na imprensa europeia. In: *Comunicação & Sociedade*: São Bernardo: UMESP, 1994. p. 51-63.

\_\_\_\_\_. El proyecto historico, político y estratégico de la comunicación publica de la ciencia e de la tecnologia. In: *Quark, ciencia, medicina, comunicación y cultura*. Barcelona: Pompeo Fabra, [s./v.], 1995.

\_\_\_\_\_. Toward the sharing of intelligence - Historical dynamic & current trends of Public communication of science & techonology in Europe. In: *Intercom - Revista Brasileira de Comunicação Social*. São Paulo: Intercom, vol. XIX, n. 1, p. 69-79, jan/jun, 1996.

\_\_\_\_\_. *Les nouvelles dimensions d'un pléonasme - information, communication et stratégie*. Colóquio Franco-brasileiro (SFSIC-Intercom), Recife: Brasil, 1998. Apostila.

FAXINA, Elson. *Participação e subjetividade em movimentos sociais*. 2001. Dissertação (Mestrado). Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

FENAJ - FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. *Manual Nacional de Assessoria de Imprensa*. Rio de Janeiro: Conaj, 1994. 50 p.

FERNANDES, Francisco Assis M. Comunicação: tipos, dimensões e funções. In: *Como organizar a pastoral da comunicação*. SOARES, Ismar O. (org.) São Paulo: UCBC/ SEPAC-EP, 1989. p. 56-62.

FERREIRA, Lúcia C. *A floresta intransitiva – conflitos e negociação na Mata Atlântica- SP*. 1996. Tese (Doutorado). Unicamp, Campinas, 1996.

\_\_\_\_\_. O neo-romantismo ecológico. In: NEPAM. *A questão ambiental: cenários de pesquisa. A experiência do ciclo de seminários do Nepam*, Campinas: Unicamp/Nepam, 1995. p. 31-34.

FREITAG, Barbara e ROUANET, Sérgio Paulo. (org.) *Habermas*. São Paulo: Ática, 1990. 216p. (Coleção grandes cientistas sociais)

FUCKS, Mário. Natureza e meio ambiente: a caminho da construção de um consenso social. In: GOLDEMBERG, Miriam (coord). *Ecologia, ciência e política: participação social, interesses em jogo e luta de idéias no movimento ecológico*. Rio de Janeiro: Revan, 1992. p. 121-133.

FUNDAÇÃO ESTADUAL DE ENGENHARIA DO MEIO AMBIENTE. *Vocabulário básico de meio ambiente*. 4. ed. Rio de Janeiro: Petrobrás, 1992. 246 p.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. *A administração pública brasileira: inovando a forma de governar – apresentação dos 631 programas inscritos no ciclo de premiação 1998*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999. (Caderno Gestão Pública e Cidadania , vol. 12)

GANDIN, Danilo. *A prática do planejamento participativo*. Petrópolis: Vozes, 1995.

GLEISSER, Marcelo. Velocidade da informação desafia educação moderna. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 04 out. 1998. Caderno Mais, p. 8.

GOMES, Wilson. Esfera Pública Política e mídia - com Habermas, contra Habermas. In: RUBIM, A.A C. ; BENTZ I. M. G.; PINTO, M.J. (org). *Produção e recepção dos sentidos midiáticos*. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 155-186.

GONÇALVES, Carlos. W.P. *Os (des)caminhos do meio ambiente*. São Paulo: Contexto, 1989. 148 p.

GUTIERREZ, Ignacio A. La sociedad del conocimiento. Un tema para la política nacional. In: *Coni-cit/Nuevas Tecnologías*, [ s. l. ], p. 9, 19 jul. 1998.

HAMBURGUER, A. I. Pesquisa da linguagem para a divulgação científica. In: SILVÉRIO, C. et alli (org). *Centros e Museus de Ciência: versões e experiências*. São Paulo: Saraiva, 1998.

HAAN, Gerhard de. Entidades ambientalistas e a política do espetáculo. In: *Textos de cultura e comunicação*. Salvador: Departamento de Comunicação e Programa de Pós-Graduação, n. 35, p 135-147, 1996.

HANSEN, Anders. Socio-political values - Underlying media coverage of the environment  
In: *Media development - Journal of the World Association for Christian Communication* London:  
WACC, v. XXXVII, n. 2, p. 03-05, 1990.

\_\_\_\_\_ *The mass media & environmental issues*. [s. l.]: Leicester University Press, 1993.

\_\_\_\_\_ The media and the construction of the environment as a social problem. In: *Communi-cation research trends - Communication and environment*, London. Center for the Study of Communi-cation and Culture, v. 13, n. 1, p. 2-4, 1993.

HARTUNG, Paulo. *Discurso no seminário de lançamento do projeto Vitória do Futuro*, 1996. (Digitado) (a)

\_\_\_\_\_ Discurso na cerimônia de entrega do projeto *Vitória do Futuro*, 1996. (Digitado) (b)

\_\_\_\_\_ *Os caminhos de Vitória*. Vitória: [s. n. ], 1997. 112 p.

HENRIQUES, Márcio S.; BRAGA, Clara. S. *Planejamento de comunicação para a mobilidade social: em busca da co-responsabilidade*, 2000. Disponível em:  
<<http://www.intercom.org.br/papers/indexbp.html>> Acesso em: 20 mar. 2001.

HERKENHOFF, Maria B. *Os movimentos de bairro e suas lideranças no contexto histórico do município de Vitória*. 1994. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Psicologia. Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 1994.

HERNANDO, Manuel C. La difusión del conocimiento al público: cuestiones y perspectivas. In: *Comuni-cação & Sociedade*. São Bernardo: UMESP, n. 28, p. 35-45, 1998.

JACOBI, Pedro R. Informação é essencial para interromper o círculo vicioso. In: *Educador Ambiental*. São Paulo: WWF, n. 04, jul./ag., 1994.

JOHN, Liana. A imprensa especializada: um papel ainda incerto na educação ambiental. In: TRAJBER, R.; MANZOCHI, L. H. (org). *Avaliando a educação ambiental no Brasil: materiais impressos*. São Paulo: Gaia, 1996. p. 153-172.

JUKOFSY, D.; WILLE, C. *Difundan su mensaje – guía para los líderes de grupos ambientales*. New York: Rainforest Alliance, 1993. 83 p.

KERLINGER. *Metodologia da pesquisa em ciências sociais*. São Paulo: EPU/Edusp, 1980.

KOPPLIN, Elisa; FERRARETTO, Luiz A. *Assessoria de Imprensa – teoria e prática*. Porto Alegre: Sagra-DC Luzzato, 1993. 184 p.

KRANZ, P.; MOURÃO, J. *Agenda 21: Vitória do futuro*. Vitória: Secretaria Municipal do Meio Ambiente, 1997. 58 p. (Cadernos do meio ambiente, vol. 1).

KUNSCH, Margarida M. K. A comunicação para o desenvolvimento sustentável na sociedade globalizada. In: DENCKER, Ada de F. M; KUNSCH, Margarida M. K. (org.) *Comunicação e meio ambiente*. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação / Intercom, 1996. p. 113-122. (Coleção Intercom, n. 5).

KUNST, M.; WITHLOVE, N. *Communication research trends – Communication and the environment*. London: Center of the Study of Communication and Culture. vol. 13. n. 1, 1993.

LEIS, Héctor R. Um modelo político-comunicativo para superar o impasse do atual modelo político-técnico de negociação ambiental no Brasil. In: CAVALCANTI, C. (org.) *Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas*. São Paulo: Cortez; Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 1997. p. 232-247.

\_\_\_\_\_; D'AMATO, José L. *Para uma teoria (da prática) do ambientalismo*. Rio de Janeiro: ISER, 1994. 26 p.

\_\_\_\_\_; VIOLA, Eduardo J. A evolução das políticas ambientais no Brasil, 1971-1991: do bissetorialismo preservacionista para o multissetorialismo orientado para o desenvolvimento sustentável., In: HOGAN, D. J.; VIEIRA, P. F. (orgs.) *Dilemas socio-ambientais e desenvolvimento sustentável*. Campinas: Unicamp, 1992. p. 73-95. (Coleção Momento).

\_\_\_\_\_. O ambientalismo multissetorial no Brasil para além da Rio-92: o desafio de uma estratégia globalista viável. In: VÁRIOS. *Meio ambiente, desenvolvimento e cidadania: desafios para as ciências sociais*. São Paulo: Cortez; Florianópolis: UFSC, 1995. p 134-160.

\_\_\_\_\_. A emergência e evolução do ambientalismo no Brasil, In: LEIS, Hector R. (org.) *O labirinto: ensaios sobre ambientalismo e globalização*. São Paulo: Gaia, FURB, 1996. p. 89-112.

LIMA, Fábio L.M. *Do popular ao virtual: a comunicação no espaço público de Vitória*. Monografia (Conclusão de Curso) - Departamento de Comunicação Social. Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2000.

LINS e SILVA, Carlos E.. A conscientização ecológica do público. In: \_\_\_\_\_ (org.) *Ecologia e sociedade – uma introdução às implicações sociais da crise ambiental*. São Paulo: Loyola. 1978. p. 205-222.

LUNA, Sérgio Vasconcelos. *Planejamento de pesquisa – uma introdução*. São Paulo: EDUC, 1998. 108 p.

MACEDO, Ricardo K. A importância da avaliação ambiental . In: TAUKE, S.M.; GOBBI, N.; FOWLER, H.G. (orgs) *Análise ambiental: uma visão multidisciplinar*. São Paulo: Unesp/Faesp, 1991. p. 11-26.

MAFESOLI, Michel. *A contemplação do mundo*. Tradução de Francisco Franke Settineri. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995. 168 p.

MARTINO, Rodolfo. *Museu do Ipiranga. A nova imagem de uma instituição centenária*. 2001. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Dos meios às mediações - Comunicação, cultura e hegemonia*. Tradução de Ronaldo Polito, Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997. 360 p.

\_\_\_\_\_. América Latina e os anos recentes. O estudo da recepção em comunicação social. In: SOUZA, Mauro.W. (org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 39-67. (a)

\_\_\_\_\_. La comunicacción: un campo de problemas a pensar. In: *Pré-textos – conversaciones sobre la comunicacción y sus contextos*. Cali: Universidade del Valle, 1995. p. 145-156. (b)  
MEDINA, Cremilda. *Símbolos e narrativas - Rodízio 97 na cobertura jornalística*. São Paulo: Secretaria do Meio Ambiente, 1998. 245 p.

MIÉGE, Bernard. O espaço público: perpetuado, ampliado e fragmentado. In: Novos olhares. Revista de Estudos sobre práticas de recepção a produtos mediáticos. Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da Escola de Comunicação e Artes {da} Universidade de São Paulo. São Paulo, O departamento, vol. 1, n. 1, p. 04-11, 1999.

MOLERO, Francisca M. *Educación ambiental*. Madrid: Editorial Síntesis, [19--?]. 159 p.

MONTEIRO, Paula. *Cultura e democracia no processo de globalização*. [s. l.], Novos Estudos do Cebrap. n. 44, p. 89-114, mar. 1996.

MOORE, Alan W. (Ed.). *Mejorando nuestra habilidade para capacitar – un guia para capacitadores de personal de areas protegidas*. Washington, DC: Departamento del Interior de los Estados Unidos de America, Servicio de Parques Nacionales, Oficina de Assuntos Internacionales, 1993. 242 p.

MORAES, Antônio C. R. *Meio ambiente e ciências humanas*. São Paulo: Hicitec, 1994. 100 p.

MOURÃO, Júlio O. F. *A integração competitiva e o Planejamento Estratégico no BNDES*. In: Revista do BNDES. [s. l.], n. 2, :dez. 1994.

\_\_\_\_\_. Metodologia de análise prospectiva. (Digitado)

MUNÓZ, Emilio. *La biotecnologia ante su espejo. sociedad, industria, desarrollo y medio ambiente. Tres imagens (1997-1998)*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 1998. 57 p.

NELSON, Peter. *Dez dicas práticas para reportagem sobre o meio ambiente*. Boston: Center for Foreign Journalist, 1994. 69 p.

NOVAES, Eduardo Sales (Cons.). *Elaboração e implementação das Agendas 21 locais da Região Sudeste*. [s. l.]: ICLEI, 1998. 29 p.

OLIVEIRA, F. Imaculada. *Ciência e Tecnologia na Comunicação Social de Instituições Governamentais*. 1998. Tese (Doutorado)- Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

OROZCO GOMES, *La investigación en comunicacción desde la perspectiva cualitativa*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata, Instituto Mexicano para el desarrollo comunitário, 1995. 158 p.

PÁDUA, José A. Espaço Público, interesses privados e política ambiental. In: NEPAM. *Ambiente e sociedade – possibilidades e perspectivas de pesquisas*. Campinas: Unicamp. 1992. p. 01-10.(a)

\_\_\_\_\_. Natureza e projeto nacional: as origens da ecologia política no Brasil. In: *Ecologia e política no Brasil*. Rio de Janeiro: Espaço e tempo/IUEPERJ, 1992. p. 11-62. (b)

\_\_\_\_\_. (org.) *Ecologia e política no Brasil*. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo/IUPERJ. 1992. 109 p. (a)

PARSONS, Wendy. *Scientists and politicians*. Disponível em: <[http://visitservice.web.cern.ch/VisitsService/pcst2001/WParsons\\_abs.html](http://visitservice.web.cern.ch/VisitsService/pcst2001/WParsons_abs.html)> Acesso em: 20 jul. 2001.

PERUZZO, Cicília M. K. *Comunicação nos movimentos populares: participação na construção da cidadania*. Petrópolis: Vozes, 1998. 342 p.

PETERS, Hans P. *Scientists as Public Experts*. Disponível em: <[http://visitservice.web.cern.ch/VisitsService/pcst2001/HPPeters\\_abs.html](http://visitservice.web.cern.ch/VisitsService/pcst2001/HPPeters_abs.html)> Acesso em: 20 jul. 2001.

PROGRAMA BRASILEIRO DE QUALIDADE E PRODUTIVIDADE. Site oficial . Disponível em: <<http://www.planejamento.gov.br/gestao/mp/qualidade/index.htm>> Acesso em: 20 out. 2000.

QUINO. *Toda a Mafalda..* São Paulo: Martins Fontes, 1993. p. 147.

RABELO, Desirée C. *O meio ambiente de Mato Grosso do Sul na mídia: análise das possibilidades educativas do jornal impresso*. 1996. Dissertação (Mestrado) - Departamento de Educação. Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande(MS), 1996.

\_\_\_\_\_. *A comunicação na mobilização social: a experiência da Pastoral da Criança*. VII Sipec, 2001. Disponível em: <<http://www.intercom.orb.br/papers/indexbp.html>>. Acesso em: 30 dez. 2001.

RAMOS, Luís F.A. *O discurso ambiental em comunicação de massa: um estudo da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento*. 1994. Dissertação (Mestrado) - Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994.

RAMOS, Murilo C. Educação, Comunicação e Cultura da informação na transição pós- moderna, In: MESSEDER, Carlos A.; FAUSTO NETO, Antônio (orgs) *Comunicação e cultura contemporâneas*. Rio de Janeiro: Notrya, 1993. p. 95-114.

REIGOTA, M. *Por uma filosofia de EA*. Trabalho apresentado durante a Conferência Internacional 'Uma estratégia para a Amazônia'. Campinas, 1992. (Digitado)

REIS, Ruth C. *A verdade dos fatos - o papel das assessorias de comunicação e jornalismo na mediação dos discursos sociais*. 1992. Dissertação (Mestrado) - Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1992.

RIOS, José A. Direito e ecologia: estado da questão no Brasil. In: *CI. & Tróp.* Recife, v. 20, n. 1. p. 151-172, jan./jun., 1992.

RODRIGUES, Vera (coord.). *Muda o mundo, Raimundo – Educação Ambiental no ensino básico do Brasil*. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, WWF, 1996. 135 p.

SAGAN, Carl. *O mundo assombrado pelos demônios – a ciência vista como uma vela no escuro*. Tradução de Rosaura Eichenberg. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. 442 p.

SÃO PAULO, SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE. *A educação pelo rodízio*. São Paulo: Secretaria do Meio Ambiente, 1997. 150 p. (a)

\_\_\_\_\_. *Operação Rodízio 1996: no caminho certo*. São Paulo: Secretaria do Meio Ambiente, Cetesb, 1997. 80 p. (b)

\_\_\_\_\_. *Operação rodízio: do exercício à cidadania*. (coord. Fábio Feldmann). São Paulo: Secretaria do Meio Ambiente, Cetesb, 1996. 32 p. (c)

SELINGER, Evan. *Can 'Values Experts' Bridge the gap between Experts and the Public?* Disponível em: <[http://visitservice.web.cern.ch/VisitsService/pcst2001/WParsons\\_abs.html](http://visitservice.web.cern.ch/VisitsService/pcst2001/WParsons_abs.html)> Acesso em: 20 jul. 2001.

SILVEIRA, Lourdes M. C. *Representações sociais do meio ambiente em crianças de um centro urbano*. 1997. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Ciências Médicas. Unicamp, Campinas, 1997.

SIGNATES, Luiz; SOUZA, Mauro W. Bibliografia comentada. In: *Novos olhares*. Revista de Estudos sobre práticas de recepção a produtos midiáticos. Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da Escola de Comunicação e Artes {da} Universidade de São Paulo. São Paulo: O Departamento, ano II, número 3 - 1º semestre de 1999, p. 50-53.

SITE DA GESTÃO PÚBLICA E CIDADANIA. Disponível em: < <http://www.gv.br/ford/gpcindex.asp> > Acesso em: 10 mar. 2001.

SLINGSBY, David. Perceptions of Ecology: bringing the gap between academia and public through education and communication. In: *Bulletin of the Ecological Society of America*. [ s. l.], p. 142-148, apr., 2001.

SOUTO, Ana L. S. et alli. *Como reconhecer um bom governo*. São Paulo: Polis, 1995. 72 p. (Publicação Pólis nº 21)

SOUZA, Mauro W. Recepção e comunicação: a busca do sujeito. In: \_\_\_\_\_ (org.) *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 13-38.

\_\_\_\_\_. Práticas de recepção mediática como práticas de pertencimento público. In: *Novos olhares*. Revista de Estudos sobre práticas de recepção a produtos midiáticos. Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da Escola de Comunicação e Artes {da} Universidade de São Paulo. São Paulo, O Departamento, ano II, número 3 - 1º semestre de 1999. p. 12-29.

SPINK, Mary J. (org.) *Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano – aproximações teóricas e metodológicas*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2000. 296 p.

TERRERO, José M. *Comunicação grupal libertadora*. São Paulo: Paulinas, 1988. 325 p.

TORRES, Micha. *Manual de periodismo ambiental*. [s. l.]: Fundación Peruana para la conservación de la naturaleza, [19--?]. 127 p.

TORO A, José Bernardo; WERNECK, Nísia M. D. *Mobilização social: um modo de construir a democracia e a participação*. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, Recursos Hídricos e Amazônia Legal, Secretaria de Recursos Hídricos, Associação Brasileira de Ensino Agrícola Superior, UNICEF, 1997. 104 p.

\_\_\_\_\_. Mobilização social: uma teoria para a universalização da cidadania; Mobilização e democracia: a construção da América Latina. In: MONTORO, Tânia S. *Comunicação e Mobilização Social*. Brasília: UNB. 1996. p. 26-40 e 68-73.

TRATADO DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL PARA SOCIEDADES SUSTENTÁVEIS E RESPONSABILIDADE GLOBAL. Rio de Janeiro: [s. n.], 1992. 08 p.

TRAJBER, Raquel; MANZOCHI, Lúcia H. (org). *Avaliando a educação ambiental no Brasil: materiais impressos*. São Paulo: Gaia, 1996. 226 p.

TRINDADE, Sérgio C. Agenda 21: estratégia de desenvolvimento sustentável apoiada em processos de decisão participativa. In: CAVALCANTI, Clóvis (org.) *Meio ambiente, desenvolvimento sustentado e políticas públicas*. São Paulo: Cortez; Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 1997. p 261-270.

VARGAS, Everton V. V. Agenda 21 – gênese e contexto. *Folha do meio ambiente*, Brasília, ano 11, n. 115, p. 09, jun. 2000.

VASSALO LOPES, Maria I. *Pesquisa em comunicação*. 3. ed. São Paulo: Loyola, 1997. 148 p.

VIEIRA, Listz. *Cidadania e globalização*. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 1998. 142 p.

VIEZZER, Moema L.; OVALLES, Osmar. *Manual latino-americano de educação ambiental*. São Paulo: Gaia, 1994. 192 p.

VITÓRIA, PREFEITURA MUNICIPAL. Site oficial. Disponível em: <<http://www.vitoria.es.gov.br>>  
Acessos em: 10 jun. 2000 e 28 nov. 2001.

\_\_\_\_\_. *Movimentos Sociais*. Vitória: Prefeitura Municipal, Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, 1996. 227 p. (Coleção Escritos de Vitória v. 16). (a)

\_\_\_\_\_. *Vitória do Futuro*. Vitória: Prefeitura Municipal, Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, 1996. 147 p. (Coleção Escritos de Vitória. v. 14). (b)

\_\_\_\_\_. *Vitória do futuro – Plano estratégico da cidade - 1996-2010*. Vitória: PMV, 1996. 113 p. (c)

\_\_\_\_\_; COORDENADORIA de Administração Estratégica. *Plano estratégico da cidade 1997-2000*. Vitória: PMV, 1997. 28 p.

\_\_\_\_\_; COORDENADORIA de Administração Estratégica. *Plano estratégico da cidade – relatório de balanço 1997/2000*. Vitória: PMV, 2000. 50 p.

WALDMAN, Maurício. *Ecologia e lutas sociais no Brasil*. 4 ed. São Paulo: Contexto. 1998. 126 p. (Coleção Caminhos da Geografia).

WASSERMANN, Rogério. Contra estresse, Itália lança Cittaslow. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 13 ago. 2000. p. a-25.

WORLD Resources Institute; GRUPO de Estudios Ambientales, UNIVERSIDAD de Guadalajara. *Guía de Educación Ambiental sobre Desarrollo Sustentable*. México: Universidad de Guadalajara, 1994.

YIN, Robert K. *Case study reserach - design and methods*. California (USA): Sage, 1988. 166 p.

## Relação dos entrevistados:

- 1- Álvaro Abreu, especialista responsável pelo tema Centro de Vitória (em 24/05/2001)
- 2- Arlindo Villachi, um dos especialistas responsáveis pelo tema Vitória no contexto nacional e internacional e membro do Grupo Prospectivo (em 22/05/2001)

- 3- Carlos Sérgio Martins, conselheiro pelo Sindicato dos Comerciários do Espírito Santo (em 23/05/2001)
- 4- César Augusto Villar de Melo, conselheiro pelo Sindicato da Indústria da Construção Civil (em 15/08/2001)
- 5- Deuzina Maria Messias Pagane, conselheira pelo Movimento Comunitário Santo Antônio. (em 25/05/2001)
- 6- Fernando Luiz Vieira, conselheiro pela Associação Comunitária do Jardim Camburí (em 13/05/2001)
- 7- Gilcélia Mendes Santos, conselheira pela Associação Comunitária Maria Ortiz (em 24/05/2001)
- 8- Guido Pinheiro Cortes, conselheiro não representante de nenhum órgão específico (em 25/05/2001).
- 9- Haroldo Corrêa Rocha, ex-Secretário de Planejamento de Vitória (16/09/2000)
- 10- Januário Lemos Batista, conselheiro pela Obra Social Comunidade Forte São João (em 18/05/2001)
- 11- José Antônio Martinuzzo, ex-assessor de comunicação do prefeito Paulo Hartung (em 10/05/2000, 24/05/2000 e 11/09/2001)
- 12- José Luiz Soares Orrico, sócio-diretor do Instituto Futura Consultoria e Pesquisa (em 16/08/2000)
- 13- Júlio Olímpio Mourão, consultor *ad hoc* do projeto (em 05 e 26/09/2000)
- 14- Lília Maria C. Figueiredo e Mello, ex-presidente da Companhia de Desenvolvimento de Vitória e secretária executiva do *Vitória do Futuro* (em 21/06/2000, 11/08/2000)
- 15- Madalena de Carvalho Nepomuceno, ex-coordenadora técnica do *Vitória do Futuro* (em 11/04/2000, 19/10/2000 e 12/09/2001)
- 16- Margarida Maria Capezzuti, conselheira pela Associação dos Moradores da Ilha do Frade (em 15/05/2001)
- 17- Maria Benevite Alves, conselheira pela Associação dos Moradores do Bairro Universitário (em 25/05/2001)
- 18- Orlando Caliman, um dos especialistas responsáveis pelo tema Vitória nos contextos nacional e internacional. (Resposta por e-mail em 25/08/2001)
- 19- Sebastião Barbosa, ex-Coordenador de Comunicação Social da PMV (em 10/05/2000)
- 20- Sérgio Paulo Dorea Vidal, conselheiro pela Associação dos Moradores do Bairro de Santa Lúcia (em 12 e 15/05/2001)
- 21- Paula de Almeida, publicitária e uma das proprietárias do extinto Núcleo de Propaganda Aplicada - NPA, agência responsável pela campanha de lançamento do *Vitória do Futuro* (em 28/06/2000)
- 22- Paulo Sérgio Cava, conselheiro pelo Sindicato de Empresas de Rádio e Difusão do Espírito Santo (em 24/05/2001)
- 23- Vera Nacif, ex-Secretária de Ação Social de Vitória, especialista responsável pelo tema Ação Social e membro do Grupo Prospectivo (em 19/05/2001)

