

A COMUNICAÇÃO DOS CORONÉIS SEM COMUNICAÇÃO, MAS QUE PERSUADIRAM E GOVERNARAM MATO GROSSO DO SUL

Hercules Farnesi da Costa Cunha

RESUMO

Em Mato Grosso do Sul, a assessoria de comunicação desempenhou e ainda desempenha papéis importantes no desenvolvimento ou manutenção do poder, mas, sem realmente executar o seu real objetivo. As discussões generalizadas, principalmente quando da proximidade de campanhas político-eleitorais, buscam o estabelecimento de políticas e até estratégias para as áreas de saúde, educação, segurança, mas dificilmente para a comunicação. A história contada e não contada, pesquisada para a memória dos que ainda desconhecem o início da divisão do Estado, até os dias de hoje. A importância das assessorias de comunicação na determinação da convivência entre o Governo e a população.

Palavras Chave:

- ✓ Assessoria de Comunicação
- ✓ Poder
- ✓ Políticas e Estratégias de Comunicação

Prestígio e Poder

A praticidade dos americanos, analisada e citada por Ribeiro, nos faz pensar e refletir sobre a idéia de que “o poder é a capacidade de influenciar o comportamento das pessoas”. No entanto, levando-se à discussão a possibilidade de algumas mudanças, como por exemplo, a possibilidade de troca da palavra ‘poder’ por ‘influenciar’, fica-nos a dúvida sobre o que significaria essa ‘capacidade’.

Estudamos a história das lutas pela divisão do Estado de Mato Grosso e em particular as administrações sul-matogrossenses e adquirimos conhecimentos que nos nortearam na observação das comunicações utilizadas nos mais variados momentos dessas construções,

para o fato das estratégias de comunicação e utilização do poder terem se modernizado ao longo deste século, se não no País, em particular no Mato Grosso do Sul.

Um outro aspecto bastante importante e que se eleva à tônica de nosso estudo é o de que o ‘poder’ está ligado a dois pólos, também mostrados por diversos escritores, que destacam um ‘interesse’ e uma ‘decisão’. No entanto, a esses, simploriamente nunca deveria estar desvinculada a pergunta sobre a real intenção do mando, do domínio e principalmente o prestígio que isso representa.

O historiador sul-matogrossense Palermo, ao relatar algumas passagens que marcaram as primeiras idéias divisionistas do Estado de Mato Grosso, conta que a administração do presidente do Estado de Mato Grosso, general Antônio Maria Coelho, em 1889, foi marcada pelo uso de meios lícitos e ilícitos para tornar seu partido, o Nacional, vencedor nas eleições de janeiro de 1891, mesmo diante do abandono do partido Republicano.

Essa vitória em Mato Grosso reacendeu a luta do partido nacionalista pelo poder, que arquitetou e reconduziu o coronel Barbosa à administração de Nioaque, centro das decisões da região sul do Estado. Em Corumbá, cidade de maior destaque como pólo comercial da região, o reforço veio do jornal ‘O Lidador’, fundado por Silvestre Antunes Pereira e João Antônio Rodrigues, que promoveu a primeira revolução no regime republicano, causando a deposição do seu governador e todas as autoridades constituídas.

Depois de quase um século de muitas lutas e desentendimentos políticos, sempre estimulados pela busca da auto-estima do poder, as discussões sobre a divisão ou não do Estado de Mato Grosso ganharam o interesse dos governantes maiores da nação, em meio às crises conjunturais da administração militar que estava preocupada na realidade, em fugir das ações populares que se fortaleciam na costa leste do Brasil. Os generais buscavam uma reconciliação com o país explorando as mídias, ampliando seus contatos com regiões, inóspitas e sem valor para eles.

Era preciso que os meios de comunicação se voltassem e fizessem com que fossem voltados os olhos brasileiros para um lado diferente, ainda muito esquecido. A tensão política contrária ao governo central era praticamente inexistente por aqui. Os políticos, em sua maioria latifundiários, temiam um governo que pensasse contrário aos seus motivos maiores de continuar donos de boas terras. Diante disso, era fácil acreditar e trocar interesses com os militares tecnocratas que já propagandeavam ser o centro oeste o ‘celeiro do mundo’.

Criado em 1977, Mato Grosso do Sul somente foi instalado em janeiro de 1979, depois de muita tentativa de acertos que pudessem contentar uma gama maior de politicagens regionalizadas, relatam Campestrini e Guimarães. Como a urgência era mais ampla do que a

paciência, o Presidente Ernesto Geisel, general de conhecida linha mordaz e que dava início a uma transição ainda bastante conturbada, nomeou governador o engenheiro gaúcho Harry Amorim Costa, para fugir de facções políticas e buscando competência técnica.

Harry Amorim, sem se preocupar com a divulgação midiática massiva de seus atos particulares, em seis meses de administração mostrou que seu esforço de organização e montagem de uma máquina pública não precisava de políticos, mas de definição exata de ações políticas e de muito trabalho. Acertou e errou aos extremos. Enquanto trabalhava duro no Estado, pensando em realmente transformar, não o centro oeste, mas o Mato Grosso do Sul no celeiro do mundo, os velhos políticos continuavam com seu trabalho de busca do poder, simplesmente pelo poder. E conseguiram.

O esforço de um dos maiores líderes político da época, Pedro Pedrossian foi grande mas, estrategicamente, ele não queria que isso aparecesse e perdeu o controle sobre a ascensão de Marcelo Miranda Soares ao governo. O novo governante conhecia os erros e acertos de seu antecessor e de quem havia lutado pela mudança nos rumos políticos do Estado. Sua decisão de administrar Mato Grosso do Sul com mãos de ferro chegou a surtir algum efeito, mas não alcançou pleno êxito quando entregou justamente a Secretaria de Comunicação ao seu padrinho político, Pedrossian.

Conhecedor do “caminho das pedras” e ocupando uma vaga no Senado Federal, em Brasília, Pedro Pedrossian solapou o apoio militar a Marcelo Miranda, já enfraquecido regionalmente pela falta de propaganda de seus atos e, conseqüentemente, respaldo popular. Exonerado, Marcelo deixou o cargo para o Senador que fortificou e ampliou a comunicação institucional e que bem ou mal, deixou marcas na memória da população com vistas a um possível retorno. Na primeira eleição direta para o Governo do Estado de Mato Grosso do Sul, entregou a administração a Wilson Barbosa Martins.

Martins, imediatamente, impôs um novo modelo de propaganda governamental aos sul-matogrossenses, ainda empolgados com a abertura democrática que se instalava em todo o país. Os investimentos federais, quase sem limitação de crédito, eram fáceis e se incumbiam da divulgação das obras, caras e estratégicas, que se espalhavam por todo o Estado. Isto, mesmo sendo para um governante outrora cassado pelos governos militares e que agora desafiava o fim da ditadura, afirmando realizar uma administração cidadã.

As deficiências de comunicação entre as várias regiões do Estado foram ampliando as questões políticas internas e os processos utilizados pelo Governo, que sem uma estratégia definida, acabaram por prejudicar ainda mais a informação e conhecimento popular das atividades sociais que vinham sendo desenvolvidas. Na singeleza da interpretação dos

políticos, “em política não adianta dizer-se honesto, tem-se que mostrar a honestidade”, quando na realidade, a frase produzida por Napoleão Bonaparte.

No entanto, o ‘plano Cruzado’ de 1986, a exemplo de todo o país, se tornou o maior cabo eleitoral para a eleição de Marcelo Miranda Soares ao Governo de Mato Grosso do Sul.

Inicia-se aí, o ciclo de retorno dos ex-governantes à administração estadual, sempre na mesma ordem: Marcelo Miranda, Pedro Pedrossian e Wilson Barbosa Martins. Seguiram-se, também, as mesmas características intencionais que marcaram suas administrações na área da comunicação: prestígio, intenção e poder. Claro, sempre adaptadas ao momento nacional e evolução dos veículos de comunicação de massa, que passaram a exigir mais investimentos e, conseqüentemente, mais recursos.

A política estabelecida durante a última administração do governador Wilson Martins foi exceção nessas afirmações, pois durante os quatro anos pouco se soube ou se viu algo que justificasse o volume de investimentos aplicados nos setores da comunicação institucional. Além das assessorias desmobilizadas e desestruturadas, material publicitário fraco e precário, além de constantes denúncias das agências publicitárias e empresas de jornalismo de não recebimento pecuniário por serviços prestados.

Ao candidato das esquerdas ao Governo do Estado, José Orcírio Miranda dos Santos, o Zeca do PT, restou propagar a idéia de que faria o que a maioria dos sul-matogrossenses demonstrava o que gostaria que fosse feito: uma mudança radical nas estruturas administrativas de Mato Grosso do Sul, iniciada há 20 anos.

Mas, já durante a posse, Zeca demonstrou o gosto pelo poder e passou a afirmar que a sua administração “poderá durar bem mais do que apenas os quatro anos de um primeiro mandato”. Satisfeito com a popularidade e o assédio da imprensa, inicial e comuns em todos os governos, o novo administrador José Orcírio não se preocupou em estabelecer uma assessoria de comunicação, talvez com receio de possíveis reproduções dos erros cometidos pelo governo anterior.

Os Coronéis e o Poder

Estes cem anos de história política e administrativa de Mato Grosso estão assemelhados e ligados aos últimos vinte anos de Mato Grosso do Sul, quando em sete administrações, apenas dois segmentos políticos, representados por quatro governadores, se revezaram no poder. Chega a ser surpreendente apontar que, depois desse um século, os quatro administradores representam os mesmos dois segmentos políticos e que continuam

vivos e lutando pelo exercício do mando até os dias de hoje, aponta Campestrini e Guimarães. As intenções, da mesma forma, divididas em grupos distintos, cada um a seu modo, com investidas no fortalecimento do todo ou a si próprios.

O primeiro governador de Mato Grosso do Sul, Harry Amorim Costa, governou o Estado por apenas seis meses - de 1.º de janeiro de 1979 a 12 de junho de 1979 -. Inicialmente próximo ao senador Pedro Pedrossian, isso não significou a absorção das suas diretrizes ou integração do seu grupo. Talvez esteja aí o motivo da sua queda em tão curto espaço de tempo. Mais tarde, se uniu a Wilson Barbosa Martins, líder de um grupo político de alto conceito moral.

Marcelo Miranda Soares, indicado pelo presidente da república, teve a chance de governar Mato Grosso do Sul também como eleito (governou como indicado por pouco mais de um ano, de 29 de junho de 1979 a 30 de outubro de 1980, e eleito, de 15 de março de 1987 a 31 de dezembro de 1990). Miranda, quando indicado governador biônico, era prefeito de Campo Grande e ascendeu à política pelas mãos de Pedro Pedrossian, considerado seu grande guru e líder, carismático e de posições firmes.

Empossado no dia 7 de novembro de 1980, Pedro Pedrossian encerrou sua primeira administração - como indicado - em 15 de março de 1983, marcando a transição da era dos “biônicos” para os eleitos. Nesta condição, retornou em 1.º de janeiro de 1991 até 31 de dezembro de 1994. Considerado de gênio forte e controverso, foi acusado de ter provocado a exoneração dos governadores Harry Amorim e Marcelo Miranda para assumir o poder.

Wilson Barbosa Martins, eleito duas vezes, assumiu o Estado, primeiramente, em 15 de março de 1983, com término em 15 de março de 1987. A segunda vez, em 1.º de janeiro de 1995, com finalização em 31 de dezembro de 1998. Seus mandatos, coincidentemente, vieram após as gestões de Pedro Pedrossian, seu principal inimigo político. Ao finalizar sua primeira administração, concorreu e assumiu vaga no senado, conseguindo ainda eleger seu sucessor, Marcelo Miranda Soares, que rompera com o grupo Pedrossianista.

Com o mesmo estilo administrativo, porém, agora mais cauteloso com seus amigos e, principalmente, com seus adversários políticos, Marcelo Miranda exerceu seu segundo governo, de 15 de março de 1987 a 31 de dezembro de 1990, voltado a atender e a fortalecer suas bases mais próximas. Essas ações individuais, com o tempo, lhe custaram um rompimento formal, também, com o grupo Wilson Barbosa Martins. Amparado pela máquina administrativa, Marcelo Miranda já demonstrava interesses em retornar ao senado federal, de onde saíra para o executivo.

Coincidências à parte, Pedro Pedrossian retorna ao governo do Estado depois de Marcelo Miranda Soares, mas, agora como eleito e aproveitando-se da situação caótica deixada nas áreas política, econômica e social. De imediato, Pedrossian expõe o seu espírito de liderança e aplica sua experiência para aumentar seu carisma através de uma administração totalmente voltada às obras de grande porte e à comunicação, reforçada pelo marketing pessoal.

Mais uma vez a coincidência, ou destino, se faz presente. Wilson Barbosa Martins, ainda liderança influente e expressiva, e chamado a retomar uma administração austera, assume o comando do Estado com todo o seu grupo depois de Pedrossian. No entanto, ao contrário da primeira administração, Wilson não se mostra animado a governar e, sem grandes impulsos financeiros, não consegue financiar nem mesmo suas dívidas. A partir daí, o governo cai no ostracismo com uma comunicação inoperante, reforçado pela falta de liderança e vontade política.

A resposta a todas essas construções do passado foi o último processo eleitoral (1998) que, num primeiro momento, derrubou o mito Pedro Pedrossian, já no primeiro turno das eleições, e aposentou Wilson Barbosa Martins, encerrando um ciclo entre os velhos PSD e UDN. Pedrossian, aos 70 anos, era o último remanescente do PSD em busca de mais um mandato de governador, mas os eleitores acabaram por optar por uma nova geração de líderes políticos para conduzir os destinos do Estado. Wilson Barbosa Martins, aos 80 anos, também perdeu junto com seu candidato, deixando o governo e o seu grupo totalmente esfacelado.

Mesmo com o moral alto de quem assume uma administração através de um pleito eleitoral sem traumas, José Orcírio, sem experiência de comando e utilização do poder, inicia seu Governo com alguns problemas internos, além de toda a deficiência financeira. Os trabalhos desenvolvidos pela sua assessoria de comunicação, até então exercida pelos militantes do partido para uma mobilização política da sociedade, não tiveram continuidade dentro do Governo. Os profissionais da área de comunicação, existentes na administração pública, foram tratados com indiferença e desconfiança pelas novas chefias, mas que demonstraram falta de experiência nas orientações, consideradas desconexas e perdidas.

O Ruído dos Coronéis

Para um entendimento mais simples, queremos retomar aqui, algumas questões lançadas por Ribeiro. A primeira delas é quanto à obediência e ao domínio, que quando executado por um homem mau, pode-se questionar a possibilidade da vida em sociedade tê-lo

criado desta forma. Explicações à parte, diz a história que quem tinha o machado ou a lança detinha, também, o poder. Tomazeli diz que, para o mundo de hoje, essas armas artesanais se transformou em dinheiro, cultura, tecnologia. Aliás, lá ou cá, podemos destacar a comunicação como presença fundamental em qualquer destas aplicações.

Observa-se que durante as pesquisas bibliográficas sobre os momentos e as ações que culminaram com a divisão do Estado de Mato Grosso, todos os atos dos vinte últimos anos se fartaram ou se ressentiram de um processo comunicacional mais aplicado. Para os dias de hoje, não há mais um entendimento dissociado de que a política - palavra originária do grego antigo e que significa sociedade - é uma profissão, cujo objetivo é o de governar nossas vidas em coletividade, segundo Scavone. Diz ainda que política é a profissão dos que se dedicam a influenciar, de diversas maneiras e em vários níveis, mas para isso, é exigida a comunicação, já que a política é a arte do entendimento.

Por isso mesmo, política faz lembrar de eleições, que é a parte menos complicada e mais objetiva de uma escolha. Pensando sobre o momento de nossa ida às urnas para uma votação, vemos que os candidatos já se escolheram, houveram disputas dentro dos partidos, propaganda, praticaram inúmeros atos com o objetivo de conquista e, até mesmo, de percepção dos eleitores. Essa análise, usada pelas pessoas que se dizem apolíticas, não pode ser levada em consideração, uma vez que na realidade, existem indiferentes ou conservadores, que não se interessam ou não vêem a necessidade de mudança, de posicionamento próprio, de resposta às comunicações expressas.

Scavone afirma que o processo de comunicação é um subprocesso do social, e, como tal, se modifica constantemente. Uma cultura constitui um corpo complexo de normas e símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções. Podemos lembrar, ainda, que a Escola Frankfurtiana se utiliza da concepção “indústria cultural” por considerar que a noção “cultura de massa” poderia sugerir a participação da massa na criação.

Nas sociedades atuais, os meios de comunicação de massa se desenvolvem, de forma geral, como a única via de acesso à realidade global, fornecendo ao indivíduo todos os pontos de referência para a formação de uma visão plena. A indiferença das massas e o seu condicionamento através dos processos midiáticos vêm permitindo que, entre ela e o poder, haja um vazio preenchido apenas pelos segmentos ligados aos proprietários ou agentes da propriedade privada.

Diagnostica o sociólogo Cardoso, que os partidos políticos, a imprensa e os meios de comunicação eliminaram da sociedade capitalista de hoje, qualquer chance de domínio das

camadas populares sobre as questões básicas que dizem respeito aos destinos da sociedade global porque destruíram a consciência da situação real de dominação.

Estas afirmativas, à primeira vista, poderiam causar estranheza quando expostas numa palestra globalizante, mas a regionalização de estudos, importante e necessário, permite a identificação e conseqüente personalização de culturas ainda bastante rurais, agravadas por extensas regiões de escassa densidade demográfica e baixos índices de desenvolvimento. Isso pode levar então, a um reforço da idéia de que a comunicação, até aqui utilizada, deva estar sendo deficiente ou imprópria para o momento e que vêm registrando ruídos no seu processo.

Para analisar esse objeto, observa-se Tomazeli, quando é explicado que todo o produto tem um ciclo de vida que obedece as fases do crescimento, maturidade e declínio. O autor compara esses três itens como os homens, as organizações e também, os partidos políticos. Estes, mesmo novos, podem estar sendo liderados por velhas oligarquias, fortalecendo a tradição da política brasileira de que, “as lideranças são as expressões máximas de suas agremiações e não os seus programas”.

Tal afirmativa pode ser reforçada pelo conceito de Lasswell, que diz que pessoas influentes são aquelas que se apropriam da maior parte do que é apropriável, têm como valores à disposição, a deferência, renda e segurança, confirmando que os que recebem esses valores em maior quantidade, pertencem à “elite”, sendo os demais a “massa”. O autor conclui sua exposição afirmando que a habilidade para manipular pessoas, mediante o uso de símbolos, envolve a utilização da oratória, do artigo polêmico, do noticiário, do briefing e até de argumentos teológicos e de sistemas filosóficos. No entanto, rotineiramente, os governantes se utilizam disso em períodos pré-eleitorais.

Por isso mesmo, o que se sente é a falta de uma política de comunicação ou, no mínimo, estratégias estabelecidas para que cada Governo pudesse cumprir o seu real papel social de difusão das suas ações, realizadas ou pretendidas conforme o estabelecido no seu programa administrativo e aprovado pela população através da eleição. E essa necessidade de uma definição de política de comunicação é tema para os estudos de Luiz Ramiro Beltrán, relatado por Melo e Brites, quando analisam a racionalidade que pode modelar comportamentos, conciliando aspirações e interesses comuns que beneficiem a população.

Mas, nem políticas nem estratégias. Quase sempre a preocupação é com o imediatismo, o que tem obrigado os profissionais e técnicos da área comunicacional a tratarem esses assuntos resolvíveis ou não, mas como se fossem corporações de bombeiros despreocupados em trabalhar a prevenção, mas apenas prontos a apagar, no máximo rescaldar o que sobrou de um grande incêndio.

Um outro fato tem sem mostrado preocupante para os profissionais da comunicação governamental que, ao passar dos anos, vem produzindo a informação para a divulgação dos governantes de Mato Grosso do Sul. É a não observação do Artigo 23 da Constituição Federal. Sem exceção, nenhum Governo, antes ou depois de 1998, ano da promulgação da Constituição, vem guardando qualquer documento que registre a história oficial do Estado. Quando esses materiais não são destruídos pelo administrador que assume o poder, eles são levados como arquivos particulares e pessoais, servindo, quase que sempre, como instrumento de campanha político eleitoral

Diante disso, o governador José Orcírio Miranda dos Santos, nos dois primeiros anos da sua administração, até o momento, tem sido o mais emblemático dos que menos, ou erradamente, se aproveitaram de qualquer estrutura oferecida pela comunicação governamental.

Assessorias

De acordo com Marques de Melo, citado por Lima, a Assessoria de Imprensa é uma instituição que exerce o seu poder na mediação entre o acontecimento e o fato jornalístico. “Entre o repórter e a notícia antepõe-se uma verdadeira organização que, se não consegue eliminar a presença do jornalismo no universo do acontecido, tenta estabelecer uma mediação”.

Na realidade, as instituições que têm uma política de comunicação social definida desenvolvem um trabalho eficiente e produtivo nessa área, através da convergência de esforços dos profissionais assemelhados. Conforme o Manual de Assessoria de Imprensa, elaborado pela FENAJ, “uma adequada política de comunicação social permite não apenas a coordenação de setores nela envolvidos - Assessoria de Imprensa (AI), Relações Públicas (RP) e Publicidade e Propaganda (PP) -, mas elimina desperdícios e superposições, invasões e conflitos de competência, erradicando desgastes improdutivos”.

A Assessoria de Imprensa é considerada um fenômeno que acompanhou o desenvolvimento industrial do país e, apesar dessa iniciativa, surgiu também como um novo mercado de trabalho jornalístico a partir dos anos 70 a 80 e possui raízes nos sistemas de controle de opinião pública, iniciado no Governo do general Emílio Garrastazu Médici. Conforme Chaparro.

O conceito de AI, segundo Kopllin e Ferranetto, está vinculado a dois aspectos importantes, como a necessidade de se expor opiniões e ações de uma pessoa ou grupo de

pessoas e a existência de um determinado conjunto de instituições, “conhecidas como meios de comunicação de massa”. A Assessoria de Imprensa é “uma atividade jornalística, tanto nas exigências técnicas quanto nas implicações éticas” a que se pode referir.

Fundado nas entrelinhas de Bordenave, temos que a comunicação é, de forma geral, o processo de transferir uma pequena informação selecionada de uma fonte de informação a um destinatário. Reflete sobre os meios de comunicação como extensões do homem e questiona sobre o por que não ser iniciado o seu uso pedagógico desde a infância. Julga que, a partir daí, poderiam ser construídas, além de uma auto-expressão firme, uma sociedade mais justa e solidária.

No entanto, devemos ficar atentos para o risco das generalizações quando é utilizada a ciência da comunicação de massa e que podem causar efeitos desastrosos. Esse é o caso dos direcionamentos, dos personalismos, das conduções de idéias para se massificar uma imagem ou converter uma empatia popular em benefício próprio (mesmo às custas do dinheiro público). O objetivo da massificação fica claro quando as assessorias de imprensa, de todos os governos de Mato Grosso do Sul, utilizavam-se de uma lista para remeterem aos veículos de imprensa, de todo o estado seus releases ou outros materiais oficiais de divulgação.

Entretanto, Mato Grosso do Sul inovou em alguns pontos, dentro do exercício profissional dos jornalistas, quando conseguiu a aprovação da Lei 439 de 29 de fevereiro de 1983, que determina a privacidade do exercício das funções de Assessoria de Imprensa ou equivalente, perante o poder Judiciário, Legislativo e Executivo, somente a jornalistas profissionais, legalmente habilitados. O Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Mato Grosso do Sul reconhece que, mesmo assim, ainda existem irregularidades.

Os Coronéis sem Comunicação

Lembrando Wolf, quando diz que “nenhum processo de comunicação está isento de erro ou distúrbio”, também conhecido como ruído ou falha no envio da mensagem, a transmissão da informação praticada hoje tem buscado aumentar o rendimento informativo das mensagens, “seja pelo uso da redundância ou seja pela escolha de um código mais eficiente”. A mesma preocupação é manifestada por Emmanuel Públio Dias, no livro *O uso do Marketing Político na Gestão Governamental*, ao detalhar que “a importância da definição de uma política de comunicação governamental só pode ser medida por quem entende a importância do processo de comunicação”, desde que ainda na formação e execução de qualquer política de governo.

Para Corrêa, “a comunicação é um processo social básico”, definida a partir do momento em que, “sem ela, não existiria uma interação entre os indivíduos”. A partir daí, poderia ser dito também, que “o homem, individualmente, não decide, escolhe”, transformando essa sua decisão em produto de uma situação na qual ele se encontra integrado ao grupo. Entretanto, é muito difícil estabelecer-se o momento em que uma determinada escolha se torna decisão.

Descobriu-se, no entanto, que nenhum dos governantes de Mato Grosso do Sul, realmente, se importou com a determinação de uma política de comunicação ou, ao menos, estratégias de comunicação. Salvados aqui, interesses momentâneos e pessoais, como no caso da proximidade de uma disputa eleitoral.

E a partir daí, podemos nos referenciar a avaliações de estudiosos do marketing político e da própria comunicação, como Beltão e Quirino, Bordenave, Morin, e Tarsitano, apontam alguns objetivos de um sistema de comunicação governamental e que podem ser encarados como políticas de comunicação.

- Desenvolver sistemas eficazes, importantes e práticos para a transmissão ágil de mensagens de interesse das comunidades;
- Formar pequenas estruturas, eficientes, que se orientem pela competência profissional e com baixos custos de operação;
- Detalhar as metas e objetivos dos processos de comunicação social do Governo, de modo a se evitar duplicidade de ações e projetos;
- Otimizar os recursos à disposição da área de comunicação governamental, dando uma visão empresarial à gestão.

No entanto, Caparelli diz que não basta o progresso das telecomunicações, o emprego de métodos ultra-sofisticados de armazenagem e reprodução de conhecimentos sem antes repensar os setores e modalidades, analisando e potencializando a comunicação como um processo total. Determina que a unicidade entre teoria e prática está presente em tudo isso e desafia a impossibilidade em se analisar avanços aproveitamento apenas das tecnologias, sem levar em conta sua ética e sua operacionalidade e que deve ser transformada em benefício para todos os setores profissionais.

Conclusão

Após vinte e dois (22) anos de existência e uma longa história que antecedeu o seu nascimento, Mato Grosso do Sul ainda depende - quase que única e exclusivamente - da memória dos seus próprios historiadores para manter vivo esse conhecimento.

Aliado a isso, o Estado, que nasceu sob uma determinação de quase um século de lutas para que fosse emancipado e tivesse o seu próprio desenvolvimento, ainda vive momentos de embates político entre grupos internos, nem sempre partidários, mas na maioria dos casos, personalistas e que têm provocado uma falta de continuidade nas ações que poderiam trazer um desenvolvimento muito mais consistente para o seu povo.

A comunicação, como não poderia deixar de ser, foi fundamental nesse processo, até mesmo para que fossem conhecidos os primeiros embates e a forma como eles aconteciam, na busca pela libertação do sul ou pelas intenções de cada coronel governante. Não diferente disso, as interferências no poder eram atribuídas também à comunicação opositora, mas quase nunca à sua má produção.

Mas é na análise do comportamento de cada administração governamental que se pode notar as falhas e os acertos de cada assessoria de comunicação. Nesse contexto, as assessorias de comunicação dos governos de Mato Grosso do Sul cresceram e diminuíram, com interferência direta do governante. Para isso, bastou observar o passado político, os apoios e as aspirações pessoais de quem tem o poder de mandar na comunicação, mas pouco pelo dever constitucional em divulgar as ações de toda a administração pública, como forma de prestação de contas à população.

Por isso mesmo, os sistemas e processos de comunicação que atingem todos os setenta e sete (77) municípios do Estado ainda são precários e restritos. Em algumas regiões, a energia ainda inexistente. As estradas não chegam. O veículo rádio, por exemplo, para essas ou outras áreas de maior densidade no Mato Grosso do Sul, ainda é considerado fundamental e único meio de integração da notícia, ao contrário da rede mundial de computadores (www).

Na primeira administração de Mato Grosso do Sul, Harry Amorim Costa possuía boas intenções, mas isso não foi suficiente para conter o clima de euforia da população com a conquista política da divisão; isto fez despertar interesses políticos diversos, oriundos das mazelas de apadrinhamento e troca de favores que eram vícios antigos nas administrações de Mato Grosso.

Marcelo Miranda Soares, substituto direto de Harry Amorim, aproveitou-se da estrutura já montada e com algumas adequações, que julgava necessárias, buscou não incorrer no mesmo erro do seu antecessor.

Nos governos de Pedro Pedrossian, constatamos uma forte tendência de se utilizar os meios de comunicação como instrumentos de divulgação personalística do governador. Assim, acreditamos que os seguintes fatos são relevantes: a elevação da assessoria de imprensa à condição de Secretaria de Estado e a forte aplicação de terceirização dos serviços da área de comunicação, com conseqüente aumento no número de profissionais.

A primeira administração Wilson Barbosa Martins marcou o setor de comunicação, ao contrário do governo Pedro Pedrossian. Se não pelo insistente trabalho de instrumentalização da informação para o cidadão então, pela forma despersonalizada no trato com as divulgações das ações governamentais, com objetivo de prestação de contas das ações e recursos aplicados. A segunda, na tentativa de seguir a mesma linha, mas perdendo-se no enfraquecimento irreversível da sua estrutura e condução dos trabalhos.

Os quatro anos para a administração de José Orcírio Miranda dos Santos (Zeca do PT), ainda incompletos, foram divididos em dois tempos. Nos vinte e dois (22) primeiros meses, o setor da comunicação governamental pouco conseguiu caminhar, apesar de todo o esforço nesse sentido. Vários profissionais, de áreas diferentes, passaram pela chefia da Coordenadoria de Comunicação Social, mas poucos conseguiram expressividade.

Nesse segundo tempo, iniciado ainda no início do mês de outubro de 2000, logo após as eleições municipais, notou-se pequenos avanços na proximidade da administração com a sociedade sul-matogrossense. Algumas ações desenvolvidas na comunicação começaram a ser implementadas e a imagem do Governo se torna mais constante nos veículos, desobrigados de uma veiculação personalizada.

No entanto, ainda são observadas distâncias consideráveis entre o que é praticado e o que estabelecem os estudiosos da comunicação social, que descrevem a necessidade da elaboração de estratégias ou políticas de comunicação como meio de um desenvolvimento mais racional e concreto. As realidades não são diferentes e divergentes, desde que a comunicação se faça com comprometimentos e sem caminhos unilaterais.

Referências Bibliográficas

- ANZOLA, Patrícia. *Beltrán: no renunciemos jamás a la utopia*. Chasqui, maio-abril, Quito (Ecuador), Ciespal, 1982. 234 p.
- BORDENAVE, Juan E. Diaz. *Além dos meios e mensagens. Introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência*. 4.^a ed. Petrópolis: Vozes, 1987. 120 p.
- CALDAS, Graça. Políticas de C&T, mídia e sociedade. *Comunicação e Sociedade*. São Bernardo do Campo: UMESP, n.º 30, 1998, 283 p.
- CAMPESTRINI, Hidelbrando. GUIMARÃES, Acyr Vaz. *História de Mato Grosso do Sul*. 4.^a ed. Campo Grande: Gráfica e Papelaria Brasília Ltda, 1995.194 p.
- CAPARELLI, Sérgio. *Comunicação de massa sem massa*. 3.^a ed. São Paulo: Summus, 1986. 124 p.
- CARDOSO, Fernando Henrique; Martins, Carlos Estevam. *Política & sociedade*. Vol. 2. São Paulo: Editora Nacional, 1968. 269 p.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. *Pragmática do jornalismo – buscas práticas para uma teoria da ação jornalística*. São Paulo: Summus, 1994. 220 p.
- CORRÊA, Tupã Gomes. *Opinião Pública – os bastidores da ação política*. São Paulo: Global, 1988. 136 p.
- FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS PROFISSIONAIS - FENAJ, *Manual de Assessoria de Imprensa*, São Paulo, 1986. 40 p.
- KOPPLIN, Elisa, FERRANETO, Luis A. *Assessoria de imprensa: teoria e prática*. Porto Alegre: Sagra, 1993. 126 p.
- LASSWELL, Harold Dwight. *Política: quem ganha o que, quando, como*; tradução de Marco Aurélio dos Santos Chaudon. Brasília: Brasília, 1984. 134 p.
- LEI Estadual de Mato Grosso do Sul n.º. 439, de 29 de fevereiro de 1984.
- LIMA, Gerson Moreira. *Releasmania*. 2.^a ed. São Paulo: Summus, 1985. 114 p.
- MARQUES DE MELO, José, BRITTES, Juçara G. (orgs.). *A trajetória comunicacional de Luis Ramiro Beltrán*. São Bernardo do Campo: UNESCO/UMESP, 1998. 168 p.
- PALERMO, Miguel A. *Nioaque, evolução política e revolução de Mato Grosso*. Campo Grande: Tribunal de Justiça de Mato Grosso do Sul, 1992. 133 p.
- REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. *Comunicação Empresarial / Comunicação Institucional*. São Paulo: Summus, 1986. 146 p.
- REIS, Ruth de Cássia. *A verdade dos fatos – o papel das assessorias de comunicação e do jornalismo na mediação dos discursos sociais*. (Dissertação de Mestrado). São Paulo, ECA/USP, 1992.



- RIBEIRO, João Ubaldo. *Política; quem manda, por que manda, como manda*. 2.^a ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986. 138 p.
- SCAVONE, Lucila. *A dimensão política da comunicação de massa. Um estudo exploratório do caso brasileiro*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1975. 170 p.
- TARSITANO, Paulo Rogério (org.). *Publicidade – análise da produção publicitária e da formação profissional*. São Paulo: IMES/ALAIC, 1998. 254 p.
- TOMAZELI, Luiz Carlos. *Marketing político*. 2.^a ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1988. 180 p.
- WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 2.^a ed. Lisboa: Editorial Presença, 1992. 156 p.