

CAMPANHA POLÍTICA “MÁRIO HEINS – CUIDANDO DE SANTA BÁRBARA”¹

Rafael DORIA

Thiago ALVES²

Prof. Ms. Paulo César D’ELBOUX³

Prof^a. Cristiane Peixoto Nabarretti⁴

Prof^a. Samia Cruaães de Souza Dias⁵

Faculdade Comunitária De Santa Bárbara, Santa Bárbara, SP

RESUMO

Este trabalho tem como foco principal a elaboração de uma campanha política para o candidato a prefeito de Santa Bárbara D’ Oeste, dêo do Briefing Político do candidato, dados relevantes sobre ele, currículo eleitoral, informações sobre sua carreira profissional e política, projeto de pesquisa e interpretação dos resultados, histórico do partido e suas coligações, seus concorrentes, planejamento de campanha e de mídia e finalmente, criação e apresentação das peças publicitárias que serão utilizadas.

PALAVRAS-CHAVE: política; prefeito; campanha.

1. INTRODUÇÃO

A Agência experimental Usina Brasil, composta por alunos do 6º semestre em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, apresentará nas páginas seguintes um breve relato sobre o Trabalho Interdisciplinar desenvolvido para o ano de 2007, através do tema proposto pela FAC – Faculdade Comunitária de Santa Bárbara , sendo este “Campanha Política”.

O Trabalho foi desenvolvido sob a orientação do coordenador do curso e também dos professores e suas respectivas disciplinas.

¹ Trabalho submetido ao Expocom 2008, na categoria C Publicidade e Propaganda, modalidade C1 – Processo C2.2 Política/ Ideológica

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da FAC de Santa Bárbara, e-mail: rgraphic_thiago@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da FAC de Santa Bárbara, e-mail: paulo.delboux@unianhanguera.edu.br.

⁴ Co-orientador do trabalho. Professora do Curso Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da FAC de Santa Bárbara, e-mail: crispeixoto@hotmail.com

⁵ Co-orientador do trabalho. Professora do Curso Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da FAC de Santa Bárbara, e-mail: samia.dias@terra.com.br

A escolha do candidato, foi realizada através de um sorteio, onde a agência ficou responsável pelo planejamento de campanha do candidato Dr. Mário Heins, filiado ao PDT – Partido Democrático Trabalhista, para sua candidatura a Prefeito de Santa Bárbara D’ Oeste, nas eleições do ano de 2008.

Serão apresentados por hora, os objetivos deste projeto, os métodos de pesquisas utilizados, a interpretação das pesquisas realizadas e o conceito de criação das peças publicitárias desenvolvidas pela agência.

2. OBJETIVO

O objetivo do projeto é o planejamento de uma campanha política para o candidato a prefeito de Santa Bárbara D’ Oeste, onde será apresentado o Briefing Político do candidato, dados relevantes sobre ele, currículo eleitoral, informações sobre sua carreira profissional e política, projeto de pesquisa e interpretação dos resultados, histórico do partido e suas coligações, seus concorrentes, planejamento de campanha e de mídia e apresentação das peças publicitárias criadas.

3. METODOLOGIA

Para a realização da Campanha, foram utilizados vários métodos de pesquisa, entre elas utilizou-se a *Pesquisa Exploratória*, que nada mais é que a primeira aproximação com o tema. Esse tipo de pesquisa visa conhecer os fatos e fenômenos relacionados ao tema proposto, é realizada através de levantamentos bibliográficos, entrevistas com profissionais da área, visitas a instituições e empresas e pesquisas em web sites.

A agência conseguiu realizar uma entrevista informal com o candidato, onde o mesmo se prontificou a responder a todas as perguntas e se colocou a inteira disposição do grupo para informações que pudessem vir a faltar. Para que a entrevista acontecesse foi elaborado um roteiro de perguntas abertas, ou seja, perguntas que permitem que o entrevistado se expresse “livremente”, e para que os alunos que estavam entrevistando pudessem ter uma seqüência durante a entrevista. Após a realização da entrevista, a mesma foi redigida pela agência, onde começaram a surgir as primeiras informações sobre o candidato em referência.

A *Pesquisa Bibliográfica* também foi muito utilizada para a realização do projeto, esse tipo de pesquisa, requer conhecimento de termos técnicos e é imprescindível para qualquer pesquisa científica, sua principal finalidade é colocar o pesquisador em contato com o que já

se produziu a respeito do seu tema de pesquisa, ou seja, tomar conhecimento do que outros autores já produziram sobre ele. Com base nesses fundamentos a agência utilizou desse método para que fosse tomado conhecimento de vários assuntos abordados durante o desenvolvimento do projeto, essas informações foram buscadas em sites, livros jornais e revistas.

Para que a agência tomasse conhecimento das opiniões do público-alvo, que são os eleitores da cidade de Santa Bárbara, foi realizada a *Pesquisa Qualitativa* (Focus Group) interna e externa, com o objetivo de identificar o nível de aceitação do candidato a prefeito Mário Heins, assim como a sua popularidade e também para verificar o grau de conhecimento sobre política local e pontos positivos e negativos da cidade. A agência elaborou um roteiro de perguntas para que a entrevista tivesse uma seqüência lógica e ordenada, onde um moderador controla a entrevista, fazendo as perguntas e determinando quando os entrevistados devem parar de falar, (tudo isso é realizado sutilmente), uma ou duas pessoas também auxiliam o moderador nesse tipo de entrevista, tomando nota de algum assunto relevante, ou dados que ele acredite ser importante anotar, lembrando que esse tipo de entrevista sempre são gravados, para que se torne mais fácil a recordação de tudo o que foi citado durante a mesma. O Focus Group foi realizado com dois grupos de pessoas distintas, um grupo de pessoas de fora da faculdade e outro com alunos de cursos diferentes dentro da faculdade.

4. ANÁLISE DA PESQUISA

4.1 Focus Group Interno

Em 25 de setembro de 2007, foi realizada uma pesquisa qualitativa a fim de coletar opiniões, nível de conhecimento, pontos relevantes sobre o político Mário Heins. Os entrevistados foram jovens de 19 a 26 anos de ambos os sexos de vários bairros da cidade de Santa Bárbara D'Oeste, todos estudantes da FAC – Faculdade Comunitária de Santa Bárbara D' Oeste. A pesquisa teve início às 19h40 com o término às 20h50.

Após a apresentação e obtenção de informações sobre os entrevistados, a entrevista iniciou-se com questionamentos sobre os pontos positivos e negativos da cidade de Santa Bárbara D'Oeste. Os entrevistados apontaram como principal ponto negativo, o descaso com a cultura, lazer e eventos. E como ponto positivo a tranquilidade típica de cidade interiorana.

Sobre política, a maioria dos entrevistados reagiram de forma negativa, pois não gostam de política e devido aos últimos fatos que envolvem essa temática não possuem nenhuma esperança para a melhoria do Brasil e da cidade em referência. Uma parte destes não avaliam o candidato, alguns acham que é errado votar nulo, então votam em um “menos pior” e outros votam nulo e assumem que a política jamais irá melhorar e que não tem nada a se fazer.

Alguns entrevistados acreditam e contribuem para a melhoria da política, foram mais otimistas com relação ao assunto, crêem que a culpa não é toda do governo e que cada pessoa tem o seu dever em ajudar. O restante não opinou e ao serem questionados diretamente, afirmaram que não possuem opinião formada e que não gostam de política.

Quanto ao candidato Mário Heins, não foram apontados pontos positivos nem negativos, mas demonstrou ser um candidato pouco conhecido, pelo menos na faixa etária que a pesquisa atingiu. Dos entrevistados, três pessoas afirmaram ter votado nele nas últimas eleições e votaria novamente, pois acredita em sua administração.

Como na pesquisa interna, foi constatado que os jovens realmente não gostam de política e já perderam a esperança de um Brasil e de uma cidade melhor, ficou perceptível que não conseguem dar opiniões concretas e sugestões para melhoria, pois não há interesse neste assunto.

4.2 Focus Group Externo

Em 18 de setembro de 2007, foi realizada uma pesquisa qualitativa a fim de coletar opiniões, nível de conhecimento, pontos relevantes sobre o político Mário Heins. Os entrevistados foram jovens de 18 a 30 anos, ambos os sexos de vários bairros da cidade de Santa Bárbara D'Oeste. A pesquisa iniciou às 19h30 com o término às 21h00.

Após a apresentação e obtenção de informações sobre os entrevistados, a entrevista iniciou-se com questionamentos sobre os pontos positivos e negativos da cidade de Santa Bárbara D'Oeste. Os entrevistados apontaram como principal ponto negativo a falta de lazer, bem como, a falta de cuidados com as praças. E como ponto positivo a tranquilidade.

Ficou evidente que os entrevistados possuem um preconceito com relação à cidade, pois foi difícil a citação dos pontos positivos, porém não apresentaram nenhum motivo concreto para a justificativa deste.

Com relação à política, a maioria dos entrevistados apresentou de forma negativa, pois não gostam de política e não possuem nenhuma esperança para a melhoria do Brasil e da

cidade em referência. Destes uma pequena porcentagem não avaliam o candidato, alguns acham que é errado votar nulo então vota em um “menos pior” e outros votam nulo e assumem que a política jamais irá melhorar e que não tem nada a se fazer. Uma minoria dos entrevistados acredita e contribui para a melhoria da política, foram mais otimistas com relação ao assunto, crêem que a culpa não é toda do governo e cada pessoa tem o seu dever em, ajudar. O restante não opinou e ao serem questionados diretamente, afirmaram que não tem opinião formada e que não gostam de política.

Quanto ao candidato Mário Heins, não foram apontados pontos positivos e negativos, por causa de seu desconhecimento. Apenas uma entrevistada afirmou ter votado nele nas últimas eleições e votaria novamente, pois acredita em sua administração.

Em geral, constatou-se que os jovens realmente não gostam de política e já perderam a esperança de um Brasil e de uma cidade melhor. Ficou perceptível que não conseguem dar opiniões concretas e sugestões para melhoria, pois não há interesse neste assunto.

5. CONCEITO DA CAMPANHA E CRIAÇÃO

A proposta de conceito de campanha do candidato Mário Heins, busca conciliar as virtudes da medicina, ofício e formação do político, com os requisitos necessários a uma administração pública competente e eficiente. Aproximando as características da profissão às necessidades da população, cria-se um forte elo entre a imagem do Doutor Mário Heins e seu plano político. Firmando o conceito “Cuidando de Santa Bárbara”, exhibe-se um comprometimento com o município e interesse contínuo nos assuntos relativos à administração da cidade de Santa Bárbara D’Oeste. Slogan: Saúde, Lazer, Educação, Segurança, cultura (demais secretarias).

6. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

- Tornar o candidato público
- Divulgar a imagem, o número e o posicionamento do candidato à totalidade da população do município.

7. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

As ferramentas presentes na estratégia de comunicação são: panfleto, pintura em muros, carro de som, rádio, televisão, bandeirolas, jornal, revista, arrastão, eventos, reuniões de associações de bairro e brindes impressos.

Com a exploração de tais ferramentas, busca-se a fixação da imagem e do número do candidato na mente dos eleitores. O conjunto de ferramentas, e sua pluralidade, propiciam uma rápida conexão entre o número e a imagem do candidato, configurando elemento essencial da campanha.

8. OBJETIVOS E ESTRATÉGIAS DE CRIAÇÃO

O fator principal da criação publicitária para a campanha é fazer com que através das idéias que serão utilizadas nas peças e mídias, o eleitorado obtenha o maior conhecimento sobre o candidato e seu plano de governo.

O tema escolhido para a campanha foi: “Cuidando de Santa Bárbara”, sendo este também adotado como slogan da campanha, pelo fato do candidato ser médico e residir na cidade de Santa Bárbara há mais de 20 anos, o tema foi elaborado pensando nesta questão, fazendo com que haja uma ligação da função do médico de curar, medicar, cuidar, com a de um prefeito que é de administrar a cidade da melhor maneira possível.

Sendo assim, será divulgada com as peças e mídia a imagem do candidato perante o eleitorado e seu plano de governo, mostrando como o mesmo pretende cuidar de Santa Bárbara.

9. DEFESA DE CRIAÇÃO

9.1 Slogan

Cuidando de Santa Bárbara

O slogan se encaixa no conceito já citado de se refere à função do médico de medicar, cuidar com a de um prefeito, que é administrar a cidade.

9.2 Logomarca

A logomarca do candidato foi elaborada pensando no conceito do tema. Utilizando as cores azul escuro e vermelho, que são as cores já utilizadas na logo do PDT – Partido Democrático Trabalhista, partido do qual o candidato é presidente.

O símbolo da família se remete à questão de união, força. Tipologia de características fortes adotadas ao nome do candidato e no número, criando maior impacto quando visualizados. E abaixo do nome uma tarja com a palavra “Prefeito”, assim dizendo qual o cargo que o candidato pretende se candidatar. A família tipográfica utilizada para a logomarca é a Franklin Gothic.

9.3 Peças Publicitárias

Para todas as peças foram adotadas as mesmas cores da logomarca, fazendo com que haja uma mesma identidade entre elas. Para os textos, a família tipográfica adotada foi a Frutiger.

9.4 Mala Direta e Email Marketing

Para as Malas Diretas e Emails Marketing haverá 6 unidades diferentes de cada, sendo que uma principal abordando sobre o candidato, sobre a cidade e o plano de governo que será adotado se eleito.

As demais serão uma para cada área do plano de governo. Onde essas áreas são: Saúde, segurança, emprego, educação e lazer.

9.5 Folder

Seguindo a mesma identidade das demais peças, o folder conterá também dados do candidato, informações sobre Santa Bárbara e o plano de governo. Havendo também a letra do jingle para que o eleitor aprenda a música do candidato, fazendo com que o nome e o número do candidato estejam sempre presentes e seja de fácil recordação.

Depoimentos de pessoas sobre o candidato também constará no folder, assim mostrando que já há eleitores que o conhecem e incentivando futuros eleitores.

9.6 Anúncios

Optou-se por adotar uma linguagem simples para os anúncios, utilizando a logomarca do candidato na versão horizontal onde poderia aplicá-la em grande escala, sendo assim, dando destaque ao nome e número do candidato. Onde apenas no anúncio de jornal do formato 13,8 x 14,0 cm o maior destaque está no número do candidato. Todos utilizando a imagem do candidato, com seu número e slogan.

9.7 Uniformes Colaboradores

Como uniforme para as pessoas que trabalharão na campanha, pela constituição deverá apenas conter o nome e o número do partido do candidato. Sendo assim a bolsa para carregar os materiais à serem distribuídos, o boné e camisetas adotam esta características.

9.8 Santinho

O santinho, peça fundamental para a distribuição na semana da eleição, com destaque na logomarca do candidato com o número, para que o eleitor tenha fácil visualização. Adotando como estratégia, em seu verso foram utilizados telefones úteis da cidade de Santa Bárbara, para que o eleitor possa até mesmo guardar o santinho, servindo como algo útil para o eleitor.

9.9 Faixa

Seguindo as características dos anúncios, a faixa, onde pessoas que estarão trabalhando na campanha carregarão o destaque também está na logo em versão horizontal, destacando o nome do candidato e o número, juntamente com sua foto e slogan da campanha.

9.10 Bandeirola

A bandeirola de mão, contém a logomarca do candidato com o slogan apenas, onde esta será utilizada pelas pessoas que auxiliarão na campanha.

9.11 Bandeira Grande

Utilizando a foto do candidato juntamente com slogan e logomarca, esta também será utilizada por pessoas que auxiliarão na campanha, porém, pelo seu tamanho, a pessoas que estará segurando a bandeira, estará parada, apenas balançando-a.

9.12 Site

Foi utilizada uma linguagem simples para todas as paginas internas do site, destacando o candidato, sua história na cidade, suas propostas e um canal direto para a população (eleitorado) entrar em contato via internet com grande agilidade e facilidade. Funcionará como um complemento para as demais peças, trabalhando com a mesma linguagem e características de todas elas.

10. PLANEJAMENTO DE MÍDIA

10.1 Objetivos

Através da utilização integrada das mídias convencionais e alternativas, que serão empregadas igualmente por todos os candidatos, será agregado um alto índice de exposição da imagem profissional e pessoal do candidato Dr. Mário Heins à população, assim como sua proposta de governo. A cobertura da mensagem abrangerá a cidade de Santa Bárbara D' Oeste, onde o público-alvo serão todos os eleitores cadastrados da cidade.

A mensagem será programada para uma continuidade concentrada, pois acontecerão três meses antes das eleições, fato esse estabelecido pela lei eleitoral, a qual prevê sua veiculação a partir do dia 06 de julho até 03 de outubro, onde os *flights* deverão ser distribuídos de acordo com o tempo disponível.

Essa concentração visa estabelecer uma combinação entre a intensidade, que é o formato, o tamanho, o tempo ou o espaço ocupado por uma peça publicitária, definida de acordo com a verba que será disponibilizada para a campanha, e a frequência que é o número de vezes que uma determinada pessoa pode vir a receber a mensagem, ou seja, quanto maior a intensidade, menor a frequência.

Como o candidato é conhecido como uma pessoa do povo, os trajes sociais, como terno e gravata, não atingiriam o objetivo. Uma das estratégias de marketing é a utilização de

um visual mais “sport chic”, não tão formal, pois faria com que o candidato obtivesse uma imagem melhor perante o *target* que se pretende atingir.

O conjunto de veículos escolhidos para a campanha do candidato Dr. Mário Heins atende as expectativas impostas pelo eleitorado municipal para que haja sucesso em sua comunicação. Cada veículo atinge uma parcela específica da população, abrangendo totalmente o target.

10 .2 Estratégias

Jornal

O Jornal é um meio de comunicação impressa e tem como característica o uso de "papel de imprensa". Os jornais diários da chamada "grande imprensa" possuem conteúdo genérico, pois publicam notícias e informações de interesse público. Mas há também os jornais diários com conteúdo especializado em economia, negócios, lazer e entretenimento. Outros com periodicidades semanal, quinzenais, mensais, tanto de conteúdo genérico, como também voltados a assuntos específicos destinados a públicos segmentados.

É um veículo formador de opinião e que exerce forte influência sobre as pessoas. O jornal apresenta aspectos positivos como: apelo universal, credibilidade, rapidez na veiculação da mensagem, ação rápida e intensa, seletividade e maleabilidade.

A estratégia é alcançar grande parte dos eleitores de Santa Bárbara D'Oeste, apresentando o candidato a prefeito Dr. Mário Heins, utilizando os jornais “O Diário”, “Todo Dia” e o “Jornal de Bairro em Bairro”, pois estes jornais possuem intensa veiculação no município.

Jornal O Diário

O Diário de Santa Bárbara surgiu na década de 80, tendo como principal objetivo despertar a leitura da população e informar os leitores de fatos e acontecimentos voltados, na maior parte, para a cidade. Visa ser reconhecido como um dos melhores meios de comunicação pela complexidade da região, inovando continuamente em tecnologia e no desenvolvimento de recursos humanos capacitados e treinados.

O Diário é um jornal que circula na cidade de Santa Bárbara D'Oeste e região de terça-feira a domingo, com tiragem de 11.000 exemplares, chegando a atingir aproximadamente 45.000 leitores dos mais variados perfis. Editado em formato Standard, em

cores e P&B, com impressão Off-Set, é entregue no domicílio de seus assinantes e vendido nas bancas da cidade e região.

Por este meio ser voltado aos principais fatos da cidade como a área da saúde, lazer, esportes, classificados entre outros, é uma ferramenta que atingirá o target.

Jornal de Bairro em Bairro

É composto por classificados, porém algumas informações sobre a cidade também constam nele. A escolha do jornal é por ter distribuição gratuita e percorrer por todos os bairros da cidade. (Ver anexo 12).

Jornal TodoDia

O jornal TodoDia chegou às bancas como único veículo de mídia impressa voltado exclusivamente para 15 (quinze) municípios da região, sendo eles: Americana, Artur Nogueira, Campinas, Cosmópolis, Engenheiro Coelho, Holambra, Hortolândia, Jaguariúna, Monte Mor, Nova Odessa, Paulínia, Pedreira, Santa Bárbara D'Oeste, Santo Antônio de Posse e Sumaré. Estas cidades somam uma população de mais de dois milhões de habitantes, e o TodoDia promove uma ampla troca de informações entre as comunidades desta região.

A proposta editorial é realizar um jornalismo crítico, pluralista e apartidário. Como empresa, o jornal acredita na livre iniciativa e nas forças de mercado, mas com total independência de grupos de poder. Defendem a democracia representativa, as liberdades individuais, a economia de mercado e o combate aos problemas sociais de comunidades em desenvolvimento.

Contém cadernos que contemplam as cidades, cinema, esporte, artigos, classificados, etc. A escolha deste jornal é por ter uma circulação ampla na cidade de Santa Bárbara. A tiragem é de 15.000 exemplares em dias úteis, 20.000 aos domingos.

Rádio

O rádio é um veículo popular, que atinge a grande maioria das pessoas, de forma ampla e heterogênea. É uma fonte de diversão e entretenimento. O rádio apresenta aspectos positivos como: Fonte de entretenimento; Maleabilidade; Impacto; Grande frequência. Essa mídia atingirá todas as classes sociais, com atenção especial para as menos favorecidas, e fixação do nome, número e conceito do candidato através do jingle.

O jingle, divulgado na radio tem formato predeterminado. Atendendo as especificações legais, sendo veiculados de acordo com a legislação vigente. Os anúncios na rádio somarão 18 a 19 inserções diárias.

CONSIDERAÇÕES

A elaboração deste trabalho, veio proporcionar uma oportunidade única a nós, alunos de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, desenvolver uma campanha política para o candidato a prefeito da cidade de Santa Bárbara D' Oeste, proporcionou uma aproximação do cotidiano profissional e permitiu um envolvimento de nós, alunos, com a rotina de uma campanha eleitoral.

Todos os detalhes que envolvem esse tipo de campanha, o quão trabalhoso e desafiador é esse dia à dia, foi vivido durante todo o período em que estivemos envolvidos.

É com o pensamento de que uma grande parcela da campanha política, seu funcionamento, técnicas de abordagem e a linguagem utilizada nesse meio, foi compreendida pelos alunos agência Usina Brasil, que se empenhou na realização de todas as etapas do Projeto e espera que o retorno seja positivo perante não só a vida acadêmica, mas que esteja continuamente em nossa futura carreira.

REFERÊNCIAS

LEONE, Juliana. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <usina.brasil@yahoo.com.br> em 17 setembro de 2007.

CANDIDATOS A DEPUTADO. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br>> Acesso em 20/setembro/2007.

COSTA, Sylvio; CARDOZO, Renato. **Esquerda Endinheirada**, Disponível em <<http://congressoemfoco.ig.com.br>> Acesso em 15/setembro/2007.

EDUCAÇÃO E REFORMA. Disponível em <<http://pdt12.locaweb.com.br/>> Acesso em 15/setembro/2007.

HEINS, Mario C. **Entrevista de Campo.** Entrevista concedida a Vanessa Parazzi, Fabiana B. V. dos Reis Zulian e Suelen Genezini, em 12/setembro/2007.

MANHANELLI, Carlos A. **Estratégias Eleitorais – Marketing Político**, 25ª ed. São Paulo:Sammus, 1988.

PARTIDO POPULAR SOCIALISTA. Disponível em <<http://pt.wikipedia.org/>> Acesso em 15/setembro/2007.

PARTIDO SOCIALISTA BRASILEIRO. Disponível em <<http://pt.wikipedia.org/>> Acesso em 15/setembro/2007.

REGIME INTERNO. Disponível em <<http://pdt12.locaweb.com.br/>> Acesso em 16/setembro/2007.

SBNOTICIAS. Disponível em <www.sbnoticias.com.br/> Acesso em 15/setembro/2007.

RIBEIRO, Darci. Carta de Lisboa. Disponível em <<http://pdt12.locaweb.com.br/>> Acesso em 16/setembro/2007.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Disponível em <<http://www.tse.gov.br>> Acesso em 08/setembro/2007.

ANEXOS

Jornal

PREFEITO

Mário Heins
PREFEITO

12

Cuidando de Santa Bárbara

POT-PR-DEM-PHS-PSL-PMN-PT&B-PV-PCB-PTC

Jornal 01 - Rodapé - 29,7 x 7,0 cm

FOT:PS-DEM-PHS-PSL-PMN-PTd&B-PVPCS-PTC

PREFEITO



12



Cuidando de Santa Bárbara

Jornal 02 – Anúncio - 13,8 x 14,0 cm

Folder

O que dizem do Dr. Mário Heins?

"Quanto a conciliação da profissão com a carreira política é baseada em tempo, coisa que é um problema para mim, mas é tudo uma questão de se programar, conciliar as duas coisas. A profissão médica te coloca num contato mais direto com as pessoas, isso contribui muito pra carreira política, muitas vezes pode haver um outro profissional que teria mais tempo que eu e que não fizesse metade do que eu faria".

Dr. Mário Heins

Depoimentos



"Dr. Mário Heins quando foi Secretário Municipal da Saúde de Santa Bárbara, ajudou a trazer pra gente o Hospital Afonso Ramos junto com o Governo Federal".

Daiane Xavier
Secretária



"Eu sou morador do Jardim Europa e pude ver de perto o que o Mário Heins fez pela gente. Ele uniu os moradores e nos ajudou a construir uma guarita policial da comunidade. Com isso, hoje a gente tem mais segurança nas ruas do bairro".

Fábio Martins
Autônomo



"Conseguir um emprego hoje é difícil, precisamos de um prefeito que se comprometa com os problemas da cidade, que os resolva ou que pelo menos tente resolvê-los. Acredito que o Dr. Mário Heins tenha este perfil. Eu confio meu voto à ele".

Fernanda dos Anjos
Desempregada



"Dr. Mário Heins é um exemplo de médico, eu votaria nele para prefeito porque na sua profissão é preciso dedicação, cuidado e acima de tudo responsabilidade, que são fatores essenciais para ser um bom prefeito".

Fábio Pellisson
Técnico de Telefonia

12

Cuidando de Santa Bárbara



www.drmarioheins.can.br

Cuidando de Santa Bárbara

PDT-PLDEM-PSL-PPS-PT-AB-PV-PCB-PTC



Mário Heins

PREFEITO

12

Conheça quem **cuidará** de

Santa Bárbara

como **ela e você merecem!**

Candidato



Mário Celso Heins, nasceu em 19 de setembro de 1954, na cidade de Guaratinguetá-SP. Ao decorrer de sua vida formou-se em medicina pela Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo e hoje exerce a profissão de médico cirurgião plástico em Santa Bárbara D'Oeste, cidade na qual reside a mais de 20 anos.

No ano de 1999 tornou-se presidente do **PDT - Partido Democrático Trabalhista**, no qual exerce a função até hoje.

Benefícios para Santa Bárbara

Buscou recursos junto ao Governo Federal para construir o Hospital Municipal e Pronto Socorro Dr. Afonso Ramos; Juntamente com a comunidade do Jardim Europa, iniciou um Projeto de Segurança Pública, formando no bairro um Conselho de Segurança, através deste conselho, construiu em regime de mutirão, comerciantes e moradores, uma base de 80m2 e aplicaram o Policiamento Comunitário e uma viatura circulava por todo bairro por 24h e realizando o policiamento preventivo.

Santa Bárbara D'Oeste



Santa Bárbara é considerada hoje como uma das principais forças econômicas da região metropolitana de Campinas, apresentando uma boa qualidade de vida.

Se bem administrada, Santa Bárbara hoje tem grandes chances de crescimento. Porém a população questiona muito a falta de lazer, assim como o sistema de saúde da cidade.



Plano de Governo

Saúde:

- Implantar o PSF, Programa Saúde da Família
- Projeto com resultados positivos e 80% aprovação
- Cada bairro terá um posto de atendimento do PSF
- PSF irá conter 1 médico da família, 2 enfermeiros e 4 agentes de saúde
- Alguns centros de atendimento haverá também um fisioterapeuta
- Atendimento diferenciado
- Atividades desenvolvidas no PSF: caminhadas aos idosos, cursos de artesanato e pequenas festas para integração da comunidade do bairro

Educação:

- Construção de escolas no modelo CIEP
- Com quadras poli-esportivas, salas de vídeo e salas especiais para atividades artísticas
- Aulas em período integral
- Aumentar o número de vagas nas creches

Segurança:

- Implantar em toda cidade o Projeto de Segurança Pública desenvolvido no Jardim Europa
- Policiamento comunitário
- Construção de Guaritas
- Rondas 24h
- Aprovação dos moradores do bairro
- Mais tranquilidade e segurança
- Redução do índice de violência e criminalidade

Emprego:

- Programa Geração de Empregos na cidade
- Incentivo a produção de pequenas indústrias e confecções
- Espaço para comercialização em um shopping com lojas de fábrica
- Divulgação de Santa Bárbara D'Oeste para o ramo têxtil

Lazer e Bem Estar:

- Projeto Amigos do Teatro;
- Incentivar crianças, jovens, adolescentes e adultos da cidade, a participarem e assistirem as peças teatrais em cartaz
- Promover a utilização da Usina Santa para promover festas e shows
- Incentivar a população para uma vida mais saudável
- Promover eventos em prol da saúde, como o Verão com Saúde
- Atividades físicas nos fins de tarde, na Avenida Ometto aos finais de semana

Aprenda a letra do jingle do Dr. Mário Heins

Cuidando de Santa Bárbara

Composição: Suelen Genezini/Paulo Fragatti

*É o 12 do "Dotô"
Pra cuidar desta cidade
Ajudando no trabalho, dando escola
com qualidade*

*Com o 12 do "Dotô"
Saúde e emprego chegarão
Investindo no lazer pra alegria
da população*

*Mário Heins
Pra ter com quem contar
O que eu quero é Mário Heins
Votando 12, eu sei
do que ele é capaz*

12



Mala Direta

como ela e você merecem!

Santa Bárbara

Conheça quem cuidará de



12
Cuidando de Santa Bárbara



www.drmarioheins.can.br

IMPRESSO

Mala Direta - Externo - 21 x 29,7 cm



Candidato



Mário Celso Heins, nasceu em 19 de setembro de 1954, na cidade de Guaratinguetá-SP. Ao decorrer de sua vida formou-se em medicina pela Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo e hoje exerce a profissão de médico cirurgião plástico em Santa Bárbara D'Oeste, cidade na qual reside a mais de 20 anos. No ano de 1999 tornou-se presidente do **PDT - Partido Democrático Trabalhista**, no qual exerce a função até hoje.



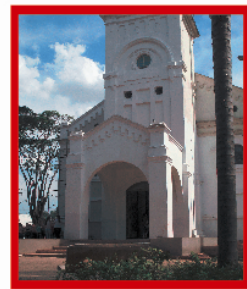
Benefícios para Santa Bárbara

Buscou recursos junto ao Governo Federal para construir o Hospital Municipal e Pronto Socorro Dr. Afonso Ramos; Juntamente com a comunidade do Jardim Europa, iniciou um Projeto de Segurança Pública, formando no bairro um Conselho de Segurança, através deste conselho, construiu em regime de mutirão, comerciantes e moradores, uma base de 80m2 e aplicaram o Policiamento Comunitário e uma viatura circulava por todo bairro por 24h e realizando o policiamento preventivo.

Santa Bárbara D'Oeste



Santa Bárbara é considerada hoje como uma das principais forças econômicas da região metropolitana de Campinas, apresentando uma boa qualidade de vida. Se bem administrada, Santa Bárbara hoje tem grandes chances de crescimento. Porém a população questiona muito a falta de lazer, assim como o sistema de saúde da cidade.



Plano de Governo

Saúde:

- Implantar o PSF, Programa Saúde da Família
- Projeto com resultados positivos e 80% aprovação
- Cada bairro terá um posto de atendimento do PSF
- PSF irá conter 1 médico da família, 2 enfermeiros e 4 agentes de saúde
- Alguns centros de atendimento haverá também um fisioterapeuta
- Atendimento diferenciado
- Atividades desenvolvidas no PSF: caminhadas aos idosos, cursos de artesanato e pequenas festas para integração da comunidade do bairro

Educação:

- Construção de escolas no modelo CIEP
- Com quadras poli-esportivas, salas de vídeo e salas especiais para atividades artísticas
- Aulas em período integral
- Aumentar o número de vagas nas creches

Segurança:

- Implantar em toda cidade o Projeto de Segurança Pública desenvolvido no Jardim Europa
- Policiamento comunitário
- Construção de Guaritas
- Rondas 24h
- Aprovação dos moradores do bairro
- Mais tranquilidade e segurança
- Redução do índice de violência e criminalidade

Emprego:

- Programa Geração de Empregos na cidade
- Incentivo a produção de pequenas indústrias e confecções
- Espaço para comercialização em um shopping com lojas de fábrica
- Divulgação de Santa Bárbara d'Oeste para o ramo têxtil

Lazer e Bem Estar:

- Projeto Amigos do Teatro;
- Incentivar crianças, jovens, adolescentes e adultos da cidade, a participarem e assistirem as peças teatrais em cartaz
- Promover a utilização da Usina Santa para promover festas e shows
- Incentivar a população para uma vida mais saudável
- Promover eventos em prol da saúde, como o Verão com Saúde
- Atividades físicas nos fins de tarde, na Avenida Ometto aos finais de semana



Mário Heins
PREFEITO
12

PDT-PR-DEM-PHS-PSL-PMN-PTdoB-PV-PCB-PTC

Cuidando de Santa Bárbara

Mala Direta - Interno - 21 x 29,7 cm



Santinho



Material de Apoio – Panfleto - Frente - 10,5 x 7,0 cm

TELEFONES ÚTEIS E DE EMERGÊNCIA	
ACISB – Associação Comercial e Industrial de Santa Bárbara D’Oeste Fones: 3455.2633 / 3455.1244	Delegacia de Defesa da Mulher Fone: 3455.2421
APAE – Associação dos Pais e Amigos Dos Excepcionais Fone: 3455.1789	Delegacia de Polícia Fones: 3463.6151 / 3455.1883
Biblioteca Pública Municipal Maria de Almeida Nogueira Fone: 3455.2619	Diário de Santa Bárbara Fone: 3455.6630
Câmara Municipal Fone: 3469.8900	Fórum Fone: 3463.2279
Cemitério Central Fone: 3455.1513	Guarda Civil Municipal Fone: 3458.1980
Centro Urbano Social Fone: 3455.2424	Polícia Militar Fone: 3463.5544
Comissão Municipal de Emprego Fones: 3499.1016 / 3499.1015	Prefeitura Municipal Fone: 3455.8000
Conselho Tutelar Fone: 3455.5925	PROCON Fones: 3455.5779 / 345.7345
Corpo de Bombeiros Fones: 3455.1752 / 3455.7020	Rádio Brasil AM Fones: 3463.5068 / 3463.5255
DAE – Departamento de Água e Fone: 3459.5900	Rádio Cultura FM de Santa Bárbara Fone: 3455.1991
	Velório Municipal Fone: 3455.2145
	Viveiro Municipal Fone: 3455.5081

Material de Apoio – Panfleto - Verso - 10,5 x 7,0 cm