

Uma Experiência (Bem Sucedida) de Comunicação Governamental:

"São Paulo vai ao Nordeste"

ARCHIBALDO D. FIGUEIRA

Assessor de Imprensa do Ministro do Planejamento
e Coordenação-Geral

"Os Estados mais desenvolvidos do Centro-Sul, notadamente São Paulo, deverão colaborar com o Governo Federal na política de integração nacional, apolando o esforço aplicado no Nordeste e na Amazônia, até mediante cooperação financeira por intermédio dos bancos oficiais daqueles Estados." (I Plano Nacional de Desenvolvimento).

A promoção "São Paulo vai ao Nordeste", posta recentemente em execução pelo Ministério do Planejamento e Coordenação Geral, constitui, talvez, a mais séria experiência até hoje realizada no campo das Relações Públicas governamentais e o mais palpável exemplo de como as Relações Públicas podem ser utilizadas como arma poderosa na batalha para a consecução das metas traçadas para o Brasil no seu Plano Nacional de Desenvolvimento.

Preocupado com o desnível, cada vez mais acentuado, entre as taxas de crescimento do Centro-Sul e do Nordeste, desnível este que estaria a exigir desta Região um esforço impossível de realizar para que o Brasil, como um todo, cresça entre 9 e 11%, o Ministério do Planejamento e Coordenação Geral, em colaboração com o Mi-

nistério do Interior e a revista Visão, resolveu organizar uma caravana de empresários altamente selecionados, representando os mais fortes grupos econômicos do País, para, durante uma semana, verificarem não em que poderiam ajudar, mas como poderiam ganhar dinheiro no Nordeste e, conseqüentemente, aumentar a taxa de desenvolvimento da região.

Na manipulação dos dados que são a razão mesma da sua existência, o Ministério do Planejamento verificara que os incentivos fiscais para o reforestamento, a pesca e o turismo, de uns tempos para cá, vinham se constituindo em atrativo maior para os empresários do Centro-Sul que os incentivos para a área da SUDENE. Nos bate-papos informais do Ministro João Paulo dos Reis Velloso e seus assessores mais diretos com industriais,

banqueiros e comerciantes paulistas, notava-se um profundo desconhecimento das verdadeiras oportunidades que o Nordeste oferece, sentindo-se mesmo que muitos investiam naquela região apenas para não entregar tudo ao Imposto de Renda, e que outros tanto conheciam melhor Paris, Roma e Tóquio do que Recife, Fortaleza e Salvador. Nasceu então a idéia: por que não reunir este pessoal numa caravana e não mostrar-lhes, *in loco*, o que e quanto estão perdendo?

Embora a maior dificuldade parecesse a impossibilidade de retirar os maiores capitães de indústria deste País da frente de suas empresas por uma semana inteira, a idéia, à medida que amadurecia, tornava-se cada vez mais fascinante. E Henrique Flanzer, Secretário-Geral do MINIPLAN e homem saído da empresa privada, resolveu cortar as amarras do balão, iniciando, com uma série de visitas pessoais ao empresariado, aquele processo de comunicação que tanta falta fazia a São Paulo e ao Nordeste. Antonio Nilson Craveiro Holanda, Superintendente do Instituto de Planejamento da IPEA, recebeu a missão de Coordenador da caravana e deslocou-se sucessivas vezes de Brasília para Recife e Fortaleza, onde, em estreita cooperação respectivamente com a SUDENE e o Banco do Nordeste, organizou o roteiro e a programação para a caravana. Said Faraht, diretor-presidente da revista *Visão*, auxiliava nos contatos com os empresários paulistas, mantendo permanentemente a idéia nas suas mentes nos períodos em que Flanzer permanecia no Rio de Janeiro e em Brasília, cuidando do trabalho rotineiro.

Um mês depois de a idéia ter sido posta em execução, a Coordenação de Divulgação, órgão do Ministério do Planejamento equivalente às assessorias de imprensa, foi chamada a colaborar, intensificando-se o processo de comunicação, que até aquele momento fora puramente interpessoal e dali por diante passaria a ser de massa.

Em Brasília, a Coordenação de Divulgação elaborou e submeteu ao Ministro João Paulo dos Reis Velloso um plano simples, mas bastante eficaz, de comunicação, levando em conta, inclusive, que a revista *Visão*, como copromotora da caravana, teria de receber um material inédito e exclusivo e o fato de que, sempre que se tem um veículo de comunicação de massa envolvido com exclusividade em uma promoção, os demais veículos dão-lhe uma cobertura bastante discreta.

O plano organizado estabeleceu, inicialmente, que haveria três fases distintas. Primeiro, o lançamento da caravana e a promoção antes do embarque dos empresários; segundo, a cobertura jornalística da viagem, em si, e, finalmente, a cobertura no regresso. Mas, em todas estas fases, três metas distintas teriam de ser alcançadas: **a)** tudo teria de ser feito mostrando, com a maior ênfase, a participação do empresariado; **b)** o noticiário deveria ter repercussão especial e, preferentemente, em São Paulo e no Nordeste; e **c)** deixar sempre evidente que a iniciativa não era equivalente a outra campanha do tipo "ajuda teu irmão", mas uma troca de experiências e verificação de oportunidades de trabalho conjunto Nordeste-Centro-Sul.

Dentro destas diretrizes, o lançamento da caravana foi feito em São Paulo, na sede do Sindicato dos Bancos, com uma entrevista coletiva do Ministro João Paulo dos Reis Velloso, e a presença de quase meia centena de empresários. Como a Coordenação de Divulgação do Ministério do Planejamento não possui um setor na Capital paulista, foi chamada a colaborar, com os dois técnicos que se deslocaram de Brasília, a Agência Nacional, através da Sucursal chefiada por Fernando Hossipian, que se encarregou de convidar todos os veículos de comunicação de massa para enviarem um representante de suas respectivas redações para o encontro com o Ministro do Planejamento.

Na entrevista, o Ministro Reis Velloso, logo de início, explicou os objetivos da missão:

— Desta vez, é a montanha que vai a Maomé, ou seja, São Paulo vai ao Nordeste. O objetivo primeiro desta caravana é o de proporcionar ao empresariado do Centro-Sul a chance de verificar as oportunidades de investimento na região, com a utilização dos recursos dos incentivos fiscais, e de discutir problemas locais com seus colegas empresários nordestinos e as entidades incumbidas do desenvolvimento regional. O objetivo do Governo Federal é fazer com que o Nordeste se desenvolva à taxa média de 10% ao ano durante a década de 70, a fim de cobrir a distância ou o desnível que existe entre aquela região e o Centro-Sul do País, mas isto só poderá ser conseguido com uma transformação de base, dando uma nova dimensão à atividade industrial, principalmente com vistas ao mercado internacional. E,

para tanto, o setor privado do Centro-Sul terá de aliar-se ao Governo neste esforço.

As palavras do Ministro do Planejamento encontraram a maior receptividade por parte dos veículos de comunicação de massa de todo o país: **flashes** em todos os jornais nacionais de televisão, cinco minutos em "A Voz do Brasil", dez minutos em todas as emissoras da Cadeia Associada e destaque em nada menos que onze dos maiores jornais do Brasil, com fotografias de primeira página.

A efetiva participação do empresário paulista na iniciativa governamental — que já fora demonstrada pela sua presença na entrevista concedida pelo Ministro — evidenciou-se ainda mais nos seis dias que se seguiram ao pronunciamento do Sr. João Paulo dos Reis Velloso e antecederam o embarque da caravana, no Aeroporto Internacional de Congonhas.

No período mencionado, a Coordenação de Divulgação do Ministério do Planejamento recolheu depoimentos dos líderes das associações de classe e, para manter acesa a chama e principalmente levá-la ao Nordeste antes da chegada dos empresários, distribuiu-os, na forma de **press releases**, a todos os jornais do País, através da Sucursal paulista da Agência Nacional e de sua base no MINIPLAN em Brasília, que, pelo telex, os retransmitia com prioridade para Recife, Fortaleza e Salvador, as três capitais a serem visitadas.

Concluindo a fase de lançamento, foram divulgados, ao todo, quatro depoimentos, todos dentro do tema "O que espero encontrar no Nordeste".

O primeiro depoimento divulgado foi do Secretário de Planejamento do Estado de São Paulo, Sr. Miguel Colassuonno, reforçando os termos da entrevista do Ministro João Paulo dos Reis Velloso:

— A continuidade do desenvolvimento brasileiro exige a manutenção de altas taxas de crescimento do Produto Interno Bruto nas quatro regiões geoeconômicas que formam o território nacional: Centro-Sul, Oeste, Norte e Nordeste. Conciliar uma estratégia econômica que seja conveniente a este conjunto de regiões é o grande desafio que a sociedade brasileira se impõe e que vem vencendo gradativa e constantemente. A iniciativa da caravana "São Paulo vai ao Nordeste" é uma evidência da evolução da sociedade brasileira, uma vez que agora o Governo não busca colaboração do empresário do Sul para ajudar a desenvolver o Nordeste, mas, sim, estimula a criação de sociedades empresariais entre as duas regiões.

O depoimento de Miguel Colassuonno aumentou o interesse do público com relação à viagem, tendo sido noticiado com o maior destaque no programa **A Voz do Brasil**, da Agência Nacional, e no **Jornal de Integração**, noticioso transmitido por uma cadeia radiofônica liderada pela Rádio Panamericana (**Jovem Pan**) em São Paulo, Porto Alegre, Belo Horizonte, Rio de Janeiro e Brasília. Além disso, ganhou considerável espaço dos jornais da Rede Associada por todo o País, assim como do **O Estado de S. Paulo**, **Folha de São Paulo**, **A Gazeta** e **A Gazeta Mercantil**.

O segundo depoimento, do Presidente do Sindicato dos Bancos do Estado

de São Paulo, Sr. Flávio Pinho de Almeida, obteve ainda maior repercussão, já sensibilizando o Nordeste, onde o **Jornal do Comércio**, do Recife, dedicou-lhe a manchete da primeira página, para não mencionar a imprensa do Centro-Sul, onde o **Correio da Manhã**, do Rio de Janeiro, abrigou-o na primeira página do seu **Diretor Econômico**. Dizia, em síntese, o Sr. Flávio Pinho de Almeida:

"Vejo no programa "São Paulo vai ao Nordeste" três objetivos fundamentais. O primeiro, um contato mais amplo e fisicamente palpável com a realidade do Nordeste de hoje; o segundo, o apoio, por parte do empresariado paulista, ao desenvolvimento básico, ao desenvolvimento da renda **per capita** das populações da região; e o terceiro, um congraçamento entre Governo e Empresa na mobilização única para maior impulso ao desenvolvimento econômico, social e educacional do Nordeste. A realidade geográfica brasileira é muito ampla, e os empresários do Centro-Sul necessitam, de fato, de uma aproximação física, para que, através de reuniões de alto nível, conversas com técnicos e visitas aos centros industriais, obtenham maiores dados e possam melhor incrementar o progresso do Nordeste."

A divulgação deste depoimento foi sensivelmente prejudicada no seu aproveitamento pelo noticiário relativo ao incêndio no Edifício Andraus, mas, no Rio de Janeiro, a publicação de um editorial pelo **Correio da Manhã** (Nordeste, 24-2-72) e, no Recife, de outro (**Caravana & Harmonia**), pelo **Diário de Pernambuco**, evidenciava o sucesso do plano de comunicação elaborado.

Já no dia seguinte, a Coordenação de Divulgação do Ministério do Planejamento e a Agência Nacional distribuíam à imprensa o depoimento do presidente da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, Sr. Teobaldo De Nigris:

"O empresariado paulista está certo de que irá encontrar agora um Nordeste de dimensões mais amplas em sua riqueza e no aumento do bem-estar de suas populações sofridas. Os esforços que o Governo vem empreendendo em prol daquela região merecem integral apoio da indústria do Centro-Sul."

O interesse da opinião pública pela caravana, que vinha se concentrando em São Paulo, no Rio de Janeiro e no Nordeste, aumentou ainda mais com o **press release** sobre o comentário do Presidente da FIESP, anotando-se, então, que a cobertura atingia Minas Gerais e já caminhava para um **peak** no Recife, fixando-se nas manchetes da primeira página do **Diário de Pernambuco** e do **Jornal do Comércio**.

A mesma receptividade encontrou o último depoimento divulgado, do Presidente do Banco de Desenvolvimento do Estado de São Paulo, Sr. Oswaldo Campiglia, no domingo que antecedeu a partida da caravana:

"A SUDENE é, sem dúvida, o melhor investimento jamais feito no futuro do Brasil."

Por toda esta semana, à medida em que eram publicados os depoimentos dos líderes empresariais paulistas, Said Faraht, Henrique Flanzer e Nilson Holanda viam crescer à sua frente a lista de adesões à caravana: José Flá-

vio Pécora, Secretário-Geral do Ministério da Fazenda; Teobaldo De Nigris, Presidente da FIESP; Américo Oswaldo Campiglia, Presidente do . . . BADESP; Lincoln da Cunha Pereira, Vice-Presidente da Associação Comercial, SP; Carlos Antiche, SANBRA; Carlos Eduardo Paes Barreto, Petroquímica União; Manuel da Costa Santos, Arno; Luiz Gonzaga da Silva Tesconi, Banco Nacional do Norte; Jack Wyant, Council of Americas; Gabriel Ferreira de Paula, Trol; Renato Guimarães de Oliva, Poliquímica Ind e Com S.A.; José Guizard, Banco de Investimentos do Brasil; Jarbas Meirelles, BRADESCO; Gerardo Pinto da Frota, Banco Mercantil de São Paulo; Roberto Ferraiuolo, Tintas União; Nelson Vaz Moreira, Banco Comercial Brasul; Dante Pires Rabelo, CNI; Miguel Colassuonno, Secretário de Planejamento, SP; Oscar Augusto de Camargo, ANFAVEA; Afonso Vitulí, UNIBRAS; Atilio Giustti, Fiação e Cordoaria Giustti; Luiz Rodovil Rossi, VASP; Flávio Pinho de Almeida, Sind. Bancos SP; João Osório de Oliveira Germano, Presidente da Bolsa de São Paulo; Cyrus Freidhem, Booz Allen; Paulo Mariano dos Reis Ferraz, SOMA; Zygfyrd Flank, Microlite; Pedro de Moura Maia, Presidente do Banco do Estado de São Paulo; Geraldo Vidigal, Associação dos Bancos, SP; Casimiro Antônio Ribello, ANBID; Thomaz Pompeu Brasil Neto, CNI; Victor Di Sessa, General Motors; Dilson Funaro, Trol; Fujio Tachibana, Banco da América do Sul; Sérgio Muniz de Sousa, Caterpillar; Clovis Serpillitti, Votorantin; Roberto Teixeira da Costa, BIB; Paulo Ivany, Volkswagen; Joaquim Rodrigues Gonçalves, Sindicato da Indústria Automobilística; Ma-

noel Orlando Ferreira, CNI; J. A. Engelbrecht, Massey Ferguson; Amadeo Papa, Cibraço; Bolívar Madruga, BNN; Roberto Pinto de Souza, Sarabor; Eduardo Pacheco Silva, Fábrica de Tecidos São Luís; Geraldo Pinto Rodrigues, Sind. Indústria Automobilística; João Augusto C. Amaral Gurgel, Indústrias Gurgel, num total de mais de 60 empresários.

Um dia antes da partida dos empresários para Recife, primeiro ponto de escala da caravana, o Ministério do Planejamento deslocou de Brasília para aquela Capital dois dos seus técnicos de Comunicação, que, para manterem informados sobre a missão os públicos do resto do País, lançaram mão de outro veículo governamental de comunicação de massa, a **TV Rádio Nacional de Brasília**, órgão da Superintendência das Empresas Incorporadas ao Patrimônio Nacional, do Ministério da Fazenda, que acompanhou a caravana com sua equipe de reportagem externa.

No avião fretado à VASP para conduzir os empresários através do Nordeste, restabeleceu-se a comunicação interpessoal: durante o vôo, técnicos do Ministério do Planejamento, do Ministério do Interior e de outros órgãos distribuíram farto material informativo sobre a SUDENE, o Banco do Nordeste e a região em si. Nos bate-papos informais, descobriam pontos de dúvida e as esclareciam.

No Recife, o auditório da SUDENE foi palco do primeiro contato efetivo dos empresários paulistas com a realidade nordestina. E, naquele mesmo auditório, saiu para a imprensa de todo o país, transmitida via EMBRATEL

pela **TV Nacional de Brasília** e comunicada em termos nacionais pela Agência Nacional, a segunda notícia de impacto sobre a caravana, consubstanciada no pronunciamento do Ministro João Paulo dos Reis Velloso:

“Os homens que construíram fisicamente este País realizaram um milagre: o milagre da unidade nacional. A única tarefa digna desse legado é a realização da integração nacional. Isto significa que o que é bom para o Brasil é bom para São Paulo, e o que é bom para o Brasil é bom para o Nordeste, com a prevalência do interesse nacional.

É bom para o Brasil que se efetive o pólo industrial e agrícola do Nordeste. Isso é uma tarefa nacional de desenvolvimento, e, consoante a orientação do Presidente Médici, hoje esta missão de São Paulo está aqui.

O Brasil vai aplicar, em desenvolvimento regional, na Amazônia e no Nordeste, nos próximos três anos (72 a 74) Cr\$ 26 milhões, o que significa colocar o Brasil como aquele país que realiza maior esforço relativo na área da correção de desigualdades regionais. No Nordeste, o objetivo é um crescimento de 8 a 11%, aproximando-se de uma média de 10%, o que seria um pouco superior à média esperada para o País em 1972, devendo ser, principalmente, o ano da operação, em plena carga, dos novos programas lançados na área de integração regional (...)

(...) A missão “São Paulo vai ao Nordeste” — agora São Paulo vem ao Nordeste — é o reconhecimento de que São Paulo tem responsabilidade definida — responsabilidades nacio-

nais — em matéria de desenvolvimento industrial, de desenvolvimento agrícola, de desenvolvimento regional. De modo que o entusiasmo, a euforia existentes significam euforia e entusiasmo pela aceleração do desenvolvimento do Nordeste. Primeiro, através de uma integração entre o Governo de São Paulo, os órgãos de desenvolvimento regional da área e os governos da região, para que as políticas adotadas por São Paulo considerem explicitamente e não apenas residualmente o problema do desenvolvimento do Nordeste. Para que o sistema financeiro do Estado de São Paulo — como já vem fazendo — coloque mais recursos no Nordeste do que capta, para que a política tecnológica de São Paulo também se preocupe com a solução dos problemas de agricultura e de indústria do Nordeste.

Segundo, a integração entre o empresariado paulista e o empresariado nordestino, inclusive através da realização conjunta de projetos na região. Não, inicialmente, pela política de investimento. Não que se queira realizar uma inundação do Nordeste por investimentos de São Paulo, mas para que o investidor, o empresário paulista, possa trazer a sua contribuição de **know how**, de novos métodos de **management**, de recursos de sua poupança, de seus lucros investidos, de seus incentivos fiscais, sob a forma inclusive de recursos próprios, para a execução de projetos de alta prioridade na região. Para que possa haver uma maior transferência de tecnologia, até mesmo no caso em que o próprio empresário nordestino realize completamente os projetos. Para que também o setor bancário, privado, de São Paulo se coloque dentro da mesma

orientação definida para os bancos oficiais de São Paulo — tendência que já existe antes dos incentivos fiscais concedidos pelo Conselho Monetário, através do tratamento diversificado do depósito compulsório, e assim por diante.

Finalmente, para que se realize um esforço de cooperação permanente entre as associações, os órgãos empresariais de São Paulo, e os órgãos empresariais do Nordeste, para que haja o estabelecimento do interesse comum — a prevalência do interesse nacional — e para que os conflitos que naturalmente surgirão possam ser conciliados."

A partir daí, por todo o País, as notícias começaram a espocar espontaneamente no telex das redações dos jornais e dos departamentos de jornalismo de todas as emissoras de rádio e de televisão do País. Empresários e autoridades, nos palácios do Recife, de Fortaleza e de Salvador, e nos distritos industriais do Cabo, Curado e Paulista, em Pernambuco, nos distritos industriais de Fortaleza e no Centro Industrial de Aratu, em entrevistas sucessivas, divulgavam pronunciamentos entusiasmados com o desenvolvimento nordestino e prometiam não deixar passar a oportunidade. Completava-se o processo de comunicação, com a resposta ao apelo emanado do Ministério do Planejamento.

Em Fortaleza, o Secretário de Planejamento do Estado de São Paulo, Miguel Colassunnono, falando em nome do Governador Laudo Natel, anunciou a criação de um programa permanente de apoio de São Paulo ao desenvolvimento do Nordeste, através da implantação de um balcão de projetos,

e de planos de desenvolvimento científico e tecnológico e de apoio financeiro.

Terminada a visita, os empresários paulistas, falando aos jornais, rádio e televisão da Capital bandeirante, reafirmaram a sua disposição de integrar-se no esforço governamental e o seu entusiasmo pelo desenvolvimento que constataram no Nordeste.

Numa rápida análise do trabalho realizado, a Coordenação de Divulgação do Ministério do Planejamento informou ter conseguido coligir 250 recortes de notícias publicadas em jornais e revistas a respeito da caravana, destacando que, "desse total, 25 correspondem a editoriais e comentários assinados".

"Foram mobilizados 49 jornais" — diz o relatório final daquele órgão — "e o noticiário publicado (exclusive, portanto, editoriais, comentários etc.) ocupou cerca de 11 mil centímetros de coluna. Este noticiário, se reunido num só exemplar, daria para compor uma edição de mais de 28 páginas. Embora a centimetragem não seja o indicador mais recomendado para aquilatar o valor de uma cobertura, pode-se estimar em cerca de 110 mil cruzeiros o valor do espaço tomado pelo noticiário. O espaço correspondente à

opinião não foi computado, já que seu valor é inestimável. A Agência Nacional assegurou diariamente a inclusão de noticiário a respeito da caravana de três a cinco minutos no programa radifônico **A Voz do Brasil**, totalizando mais de 30 minutos a programação em cadeia nacional. A Rádio Nacional de Brasília irradiou, diariamente, três boletins de 15 minutos de duração, num total de sete horas e trinta minutos de irradiação, e a **TV Nacional** transmitiu, via EMBRATEL, dois programas de trinta minutos, sobre as reuniões na SUDENE e no Banco do Nordeste do Brasil. Além disso, sete horas de gravação em **video-tape** foram ditadas, passando a constituir um programa de 60 minutos, transmitido, no regresso, em Brasília e em São Paulo. Se o Governo fosse pagar este trabalho somente ao rádio e à televisão, o custo ultrapassaria Cr\$ 100 mil."

Do ponto de vista das Relações Públicas governamentais, a caravana "São Paulo vai ao Nordeste" representa um processo completo de comunicação bem sucedido. Do ponto de vista do I Plano Nacional de Desenvolvimento, o êxito logo será comprovado: basta sair o primeiro levantamento dos investimentos paulistas no Nordeste, após a realização da viagem.