

METAS POLÍTICAS PARA

0 2º SEMESTRE DE 1990

## 1. AS GRANDES DEFINIÇÕES DA ADMINISTRAÇÃO POPULAR

As condições, na Administração Popular, finalmente estão maduras para a formulação de metas políticas para serem alcançadas até o final de 1990.

Nos últimos meses, a Administração Popular foi sacudida por um intenso processo de debate político, que ocorreu concomitantemente ao surgimento dos primeiros resultados das medidas de saneamento das finanças, e que culminou com o saldo positivo que aparece neste final do primeiro semestre de 1990.

Os grandes debates desse período constituem a base para um processo, em condições determinadas, de efetiva reversão na atuação da Administração, destacando-se os três principais temas:

### a) DEFINIÇÃO DA ESTRATÉGIA

Hoje temos claramente formulado, politicamente, o que devemos e o que queremos fazer, com o estabelecimento de uma hierarquia de prioridades. No momento, a recomposição do Plano de Ação de Governo (PAG) prepara a tradução dessas definições políticas em Programas e Projetos.

### b) REFORMA ADMINISTRATIVA

Deve ser entendida como um processo, que está sendo aberto agora e que, em sua fase inicial, se estende até o final do ano. Suas metas, porém, se projetam através de objetivos que serão perseguidos até o final do governo. Deve ser implementada no ritmo ditado pelas necessidades estratégicas. Seus momentos mais agudos deverão ser preparados para o início de 1991.

### c) REFORMA DO SECRETARIADO

Deverá compatibilizar, paulatinamente, o perfil dos dirigentes com o processo de implementação da estratégia e da Reforma Administrativa. Deve desenvolver-se no ritmo de implementação da Reforma Administrativa.

## 2. A BUSCA DE SINTONIA ENTRE MOVIMENTOS ESTRATÉGICOS E TÁTICOS

O momento é propício para a formulação de movimentos que sintetizem estratégia e tática e encaminhem um processo global de afirmação administrativa, política e institucional da Administração Popular. Nesse sentido, propomos iniciativas que corresponderão aos seguintes movimentos:

### a) IMPLEMENTAÇÃO TÁTICA DE CARÁTER ADMINISTRATIVO

Visa assegurar que a Prefeitura faça, efetivamente, o que é POSSÍVEL fazer hoje, com planos simples e de resultados

imediatos. Corresponde à implantação do "terceiro ponto" da Estratégia - Organização da Cidade - através do fortalecimento dos serviços básicos de responsabilidade do Município.

A implementação de cada um dos serviços selecionados deverá ser acompanhada de projetos específicos de marketing que sinalizem a presença desses serviços nas ruas.

Ressaltamos que essas iniciativas constituem nada mais do que um esforço especial sobre os "serviços de rotina" que hoje, apesar de serem "rotineiros", de um modo geral, não estão sendo executados adequadamente. É preciso, portanto, afirmar cabalmente a compreensão do "sentido estratégico" que tais serviços assumem no momento. Esta é a forma possível de se começar a realizar de forma mais marcante a estratégia. Também é preciso ressaltar a convicção de que, sem a decisão política de dar relevo a esses serviços, prosseguiremos adiando "de fato" a implementação da estratégia.

#### *PROPOSIÇÕES*

- \* Recomposição dos serviços de limpeza pública e realização de uma ampla campanha de mobilização da população para a conservação da limpeza. (EM ANDAMENTO)*
- \* Eliminação, em 30 dias - através da suprimindo dos recursos adequados - do déficit de manutenção da iluminação pública na cidade e implantação, de serviço de atendimento de rotina, funcionando 24 horas por dia, e resolvendo os problemas de rotina em 48 horas.*
- \* Reconstituição dos abrigos de passageiros de ônibus em toda a cidade - através de manutenção, reforma e construção de novos - e outras medidas voltadas para os usuários das paradas de ônibus, destacando-se também uma solução final para a situação da Praça XV (com novos abrigos, realocização ou extinção dos terminais).*
- \* Recuperação completa da sinalização de trânsito e turística da cidade (sinaleiras, pintura de faixas, placas de sinalização, etc.) e recomposição do serviço de emergência para sinaleiras (já existente) e sinalização.*
- \* Solução definitiva e imediata para o problema abre/fecha dos buracos do DMAE. Essa solução é mais política do que administrativa e só não foi solucionada até agora porque não houve o empenho necessário das partes.*
- \* Implantação imediata, na SMOV, de serviço de emergência, funcionando 24 horas por dia, para solução de problemas de manutenção da pavimentação.*
- \* Designação de dois gerentes, em tempo integral e dedicação exclusiva e respondendo diretamente ao Prefeito, para gerenciamento político da implementação dessas medidas.*

- \* *Completa uniformização do pessoal envolvido no trabalho de rua desses serviços e produção de meios de sinalização especial do trabalho de rua (placas, adesivos, jalecos, luminárias em viaturas, etc.).*

#### b) IMPLEMENTAÇÃO TÁTICA DE CARÁTER POLÍTICO INSTITUCIONAL

Diz respeito, fundamentalmente, ao processo de Reforma Administrativa e às suas funções de estabelecimento de uma nova relação com a sociedade civil. Tem a finalidade de produzir os principais encaminhamentos políticos da Reforma.

##### *PROPOSIÇÕES*

- \* *Encaminhamento imediato das medidas de relacionamento com a sociedade civil debatidas juntamente com a Reforma Administrativas.*
- \* *Realização de trabalho especial de Relações Públicas para fortalecer as medidas de relacionamento com a sociedade civil.*

#### c) IMPLEMENTAÇÃO ESTRATÉGICA DE CARÁTER ADMINISTRATIVO

Elaboração e debate público de projetos apropriados para a realização do "ponto um" da Estratégia - Intervenções Urbanas com Prioridade Popular.

##### *PROPOSIÇÕES*

- \* *Realização, até novembro de 1990, de uma completa programação de projetos e atividades de Intervenções Urbanas com Prioridade Popular, para execução de janeiro de 1991 até o final do governo.*
- \* *No período de 1 de agosto a 15 de setembro, realiza-se o debate público do orçamento, já apontando para os projetos de Intervenções Urbanas com Prioridade Popular*
- \* *De 15 de setembro a 15 de novembro, discute-se com as comunidades beneficiadas o detalhamento dos projetos de Intervenção urbana com prioridade popular - que serão implementados a partir de 1º de janeiro de 1991 - preparando a dinâmica política e cultural que estes envolverão.*
- \* *Implementação imediata, de pelo menos dois Projetos Pilotos de Intervenção Urbana com Prioridade Popular, com todos os requisitos especificados na Estratégia.*
- \* *Desenvolvimento de plano de marketing adequado à implementação dos projetos Pilotos em 1990, e de política global de marketing para os projetos que serão executados*

*a partir de janeiro de 1991.*

### 3. O TRATAMENTO DA IMAGEM INSTITUCIONAL

Está em andamento a execução de uma série de medidas de reestruturação dos serviços de limpeza pública e está pronta para ser veiculada uma campanha - fundamentada no documento "Um Plano para Enfrentar a Crise" - que inclui diversas iniciativas de marketing e comunicação.

De acordo como o quadro de proposições aqui definido, propomos a seguinte abordagem, que aponta para o tratamento da imagem institucional da Prefeitura até o final do ano, envolvendo iniciativas de jornalismo, publicidade e Relações Públicas:

a) Lançamento de uma rápida campanha - com iniciativas de jornalismo, publicidade e principalmente de RP - sinalizando o "rompimento do cerco - isto é, o momento vivido pela Administração Popular que, depois de enfrentar a desorganização administrativa e a crise financeira deixada pelo governo anterior, o confronto com os empresários do transporte e outras "formas de descontentamento", começa a ter condições financeiras e administrativas para atuar. O processo de "rompimento do cerco" explica porque só agora estamos conseguindo condições de atuação. E explica, também, o processo de retomada da qualificação dos serviços de rotina e a realização dos projetos que tem a "nossa personalidade" e afirmam os "nossos compromissos fundamentais com a população". Esses pontos serão alinhados num enxuto Plano Semestral 90/2 e, juntamente com o lançamento do processo de debate público da Reforma Administrativa e as medidas de relacionamento com a sociedade civil, constituirão a motivação básica da campanha.

*Período: 1 a 15 de julho*

b) Prosseguir com a campanha de mobilização da população para a manutenção da limpeza pública, resultando no destaque especial de um serviço de grande interesse e visibilidade.

*Período: 16 de julho a 16 de setembro*

c) Lançamento do debate público sobre o Orçamento de 1991, incluindo os projetos de Intervenção Urbana com Prioridade Popular.

*Período: 1 de agosto a 15 de setembro*

c) Lançamento da campanha de mobilização da população para participação nos projetos de Intervenção Urbana com Prioridade Popular.

*Período: 17 de setembro a 17 de novembro*

d) Lançamento de campanha sobre os projetos de Intervenção Urbana com Prioridade Popular e de prestação de contas à população, vinculada ao estímulo para o pagamento de impostos e taxas municipais.

*Período: 18 de novembro a 31 de dezembro.*