

# Os novos administradores repetirão os velhos erros?

*Giovanni Weber Scarascia\**

Terminada a campanha eleitoral de 2008, os administradores eleitos vêm-se às voltas com a formação de sua equipe de trabalho. A posse que ocorrerá em 1º de janeiro de 2009 marcará quatro anos de administração municipal em um ambiente contextualizado por um eleitor diferente, mais crítico e mais observador. Em geral, as campanhas foram bastante acirradas, com propostas de gestão alternadas com críticas aos adversários. No meio desse tiroteio político, um cidadão desprotegido e desconfiado. E agora, o que mudará na vida dele? As promessas serão cumpridas?

Evidentemente que há administradores preparados e administradores não preparados, mas a chave do sucesso está na gestão correta das competências e de preencher os cargos estratégicos com técnicos e não com políticos, de forma a permitir um desempenho eficaz e eficiente em favor do cidadão.

Outra questão importante e que afeta a sobrevivência política do administrador é o chamado "marketing pós-eleitoral" ou a chamada campanha permanente. São ações estratégicas que estabelecem uma relação positiva entre o administrador e a cidadão e essa construção é extremamente favorável para todos não implicando, necessariamente, em gastos elevados. Nesse ponto, o importante é o administrador identificar o perfil de uma pessoa que tenha a visão contextualizada e que possa, a partir dela, construir parcerias eficazes com foco no cidadão e na coletividade. É a parceria ganha-ganha e com dividendos preciosos para 2012.

O desafio está, portanto, na visão do administrador eleito. Os velhos erros serão repetidos? A comunidade mais uma vez ficará aguardando as "promessas vazias"?

O posicionamento político atual, já de olho nas eleições de 2010, será fundamental para o sucesso - ou para o fracasso. O importante é estabelecer uma administração competente, voltada para o bem comum, que saiba se relacionar com os órgãos ministeriais e que tenha uma equipe que saiba formatar projetos, pois dinheiro existe para investir em bons projetos. Para que isso aconteça é importante aprender com o passado, ser um pouco visionário e explorar as potencialidades dos parceiros, cada qual em sua especialidade.

Sugiro, para os novos administradores, que tenham como foco estratégico a busca constante pela melhoria da qualidade de vida de seus cidadãos e que invistam em parcerias inteligentes (e elas existem). O marketing pós-eleitoral surge como uma ferramenta de grande potencial e que envolve questões como comunicação, relações públicas e publicidade. Bem utilizada, traz dividendos. Mal utilizada, reforça a imagem de amadorismo, daí a importância de se encontrar pessoas com perfil adequado.

Fica o desafio: você pretende ser um gerente de sua cidade ou um líder político? Você pretende contar os dias de seu mandato ou investir em uma administração profissional, qualificada e de resultados? Você pretende marcar sua administração de forma negativa ou de forma positiva? Pensem bem nisso e boa sorte.

*\*Presidente do Instituto Brasil e membro credenciado da Associação Brasileira de Consultores Políticos (ABCOP)*