

## **São Paulo Virada de Cinza: A comunicação municipal em massa para a construção de uma imagem-promoção<sup>1</sup>**

João Gremmelmaier CANDIDO<sup>2</sup>

William Ladeia de CARVALHO<sup>3</sup>

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

### **RESUMO**

São Paulo é cidade símbolo para acontecimentos que movimentam o Brasil social e político. Como parte dessa simbologia, o ex-prefeito da cidade, João Dória Jr., realizou durante sua breve gestão duas ações controversas: o programa Cidade Linda e a Virada Cultural no Autódromo de Interlagos. Acompanhado dos veículos de comunicação desde que assumiu a gestão municipal, o ex-prefeito realizou o discurso que lhe coube para os seus objetivos simbólicos de transformação política e, com isso, não se permitiu ser cobrado pelos maus implementos das ações controversas realizadas. Fica claro que no fim não obteve sucesso no tempo pois a cidade não permite brincadeiras com seu povo, apesar de não ser cobrado pelas promessas, por parte dos veículos de comunicação.

### **Palavras-chave**

Comunicação; São Paulo; Cidade Linda, Virada Cultural.

### **Introdução**

As cidades são constituídas de perfis criados a partir do imaginário propagado pelas mídias que destacam os principais atributos da localidade. As cidades são territórios e fronteiras colocadas por esse imaginário, traçadas em um papel, guia de informações, *app*. Mesmo sem conhecer presencialmente um destino, a comunicação colabora para que a população tenha uma ideia de como é Nova Iorque, Londres e São Paulo.

Seria precipitado afirmar que sem os veículos de comunicação essas cidades seriam mais ou menos conhecidas, entretanto, o tempo seria o principal agente que determinaria quando as informações poderiam ser disseminadas para que toda população pudesse receber informações sobre elas.

O desenvolvimento urbanístico forçado pelo desenvolvimento industrial fez com que os gestores públicos pensassem em gestão urbana, incluindo a inserção de políticas de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 8 - Comunicação e Política do PENSACOM BRASIL 2018.

<sup>2</sup> Doutorando do Curso de Comunicação Social da UMESP. Docente da Universidade Metodista de São Paulo, email: [joaogcandido@gmail.com](mailto:joaogcandido@gmail.com).

<sup>3</sup> Doutorando do Curso de Comunicação Social da UMESP, Bolsista Capes Taxa. Docente da Escola de Negócios FMU e do Curso da Hospitalidade do Grupo Educacional Hotec, email: [williamcarvalho2003@yahoo.com.br](mailto:williamcarvalho2003@yahoo.com.br).

moradia, transporte, saúde, convivência e vivência. De preferência e com o evoluir do desenvolvimento humano, buscando integrar essas políticas de gestão urbana municipal.

Os livros, jornais, o cinema e a televisão puderam contribuir para que no passado a geografia fosse estudada e decisões fossem tomadas em prol de uma sociedade mais justa e igualitária, com a possibilidade de interferências necessárias para o desenvolvimento local.

A internet reduziu distâncias e as cidades puderam ser comentadas a partir dos acontecimentos que destacam seu poder econômico, sua dimensão geográfica, e ainda os problemas sociais e políticos e até as tragédias cotidianas nas cenas de violência e falta de segurança.

No Brasil, as metropolitanas São Paulo e Rio de Janeiro, mais do que as outras capitais brasileiras, são sempre pautas dos jornais e revistas semanais, que expõem suas mazelas e procuram questionar as ações realizadas principalmente pelos órgãos públicos – Governo, Prefeitura e Secretarias Municipais.

Os órgãos públicos têm papel preponderante na disseminação de informações acerca dos acontecimentos da cidade, por meio da divulgação de projetos e das decisões que influenciarão a rotina da população local.

O objetivo desse artigo é levantar os veículos de comunicação de massa e estudar as notícias sobre São Paulo, no tocante à fase administrada pelo então prefeito-gestor João Dória Júnior com o Projeto Cidade Linda e o evento público Virada Cultural durante sua breve gestão buscando as influências do programa comunicacional e de zeladoria que o Projeto Cidade Linda pode ter causado junto aos eventos selecionados para estudo.

A metodologia desse estudo busca trabalhar com fatos históricos documentados passados. O levantamento documental e bibliográfico se deu nos principais periódicos que cobrem e atuam no município de São Paulo, quais sejam: Folha de São Paulo, O Globo, Portal Uol, Portal G1.

Além destes, e por tratar da comunicação municipal, é importante conhecer os meios oficiais e com eles o discurso oficial que o programa realiza. Para este propósito os materiais de comunicação da Prefeitura de São Paulo foram verificados.

Nesse sentido, o texto pretende dialogar com os temas e autores de comunicação de massa, revisando textos jornalísticos e discursos políticos das figuras e programas de governo mencionadas para, neste diálogo, pretender uma crítica à fácil imagem-propaganda do homem público e gestor ao tentar sequestrar para si, em palavras, uma cidade que cultural e colorida.

O Programa Cidade Linda trata de um programa comunicacional de zeladoria, a princípio, que gera impacto nos demais programas que a cidade e as secretarias mantêm no município, dentre eles a Virada Cultural.

Desta maneira foi possível, por um lado, comparar os escritos críticos ou favoráveis que foram realizados na imprensa, ao longo da curta passagem do gestor pela prefeitura e se houve algo que influenciou essa relação de comunicação.

### **A São Paulo que você *ama***

Uma das cidades mais conhecidas no mundo e uma das principais do Brasil, São Paulo sempre se destacou das demais pela desenvoltura econômica desde os tempos da produção cafeeira que a fez famosa e desenvolvida até hoje.

Mesmo não sendo a capital do país, São Paulo indiscutivelmente é uma referência para muitos imigrantes e migrantes que a vislumbraram como a cidade das oportunidades, e que pode proporcionar uma vida melhor e um futuro mais próspero para sua família.

Devido a esse potencial, a fama de São Paulo foi crescendo com o passar do tempo e se destacando juntamente com outras cidades como Londres, Nova York, Paris e Tóquio.

A Prefeitura atenta à marca São Paulo, estabeleceu uma série de estratégias para tornar a cidade ainda mais atraente para investidores, moradores e turistas, ressaltando o potencial da cidade em canais de comunicação, *sites da internet*, guias e jornais de grande circulação.

Dentre as ações realizadas para a promoção de São Paulo como destino, destacam-se as formas de comunicação utilizadas pelos Órgãos públicos, por exemplo, o lançamento de guias sazonais que são disponibilizados em locais com alta afluência de público com textos que destacam as regiões mais interessantes para se visitar ou morar.

Entretanto, essas ações por serem pontuais, muitas vezes não são suficientes para abarcar todas as possibilidades existentes do que fazer na cidade, principalmente nos momentos de lazer.

Nesse sentido, os eventos públicos ocorridos em São Paulo, parecem complementar essas lacunas que as comunicações que só abordam o potencial da cidade não conseguem cumprir totalmente.

### **Comunicação da(s) massa(s)**

A comunicação é parte dos saberes que vem ajudando a moldar a vida em sociedade desde que as mesmas se perceberam dependentes de suas ações políticas e econômicas para poderem coexistir, um alimentando a outra com dados, fatos e informações enquanto a outra devolve mais dados, mais fatos e mais informações.

Os meios de comunicação que realizaram a cobertura das eleições e, posteriormente, das ações de gestão do ex-prefeito eleito seguiram realizando um efeito de longo prazo nas relações entre a sociedade e o Poder Público e a própria mídia. Como aponta Mauro Wolf (2003, p. 138)

Na evolução que vem sendo seguida há algum tempo pelo problema dos efeitos, muda, em primeiro lugar, o *tipo de efeito*, que não mais concerne às atitudes, aos valores, aos comportamentos do destinatário, mas é um *efeito cognitivo* sobre os sistemas de conhecimentos que o indivíduo assume e estrutura com estabilidade, devido ao seu consumo de comunicações de massa. Em segundo lugar, muda o quadro temporal: não mais efeitos pontuais, ligados à exposição a cada mensagem, mas efeitos cumulativos, sedimentados no tempo. Isso salienta o caráter processual da comunicação, que deve ser analisada tanto na sua dinâmica interna, quanto nas suas relações com outros processos de comunicação, precedentes ou contemporâneos. (WOLF, 2003, p. 138).

Essa coexistência ora simbiótica, ora caótica, entre comunicação e sociedade pode ser compreendida como fator de convergência para a relação entre os acontecimentos determinantes do que a gestão do ex-prefeito João Dória Jr. tentou realizar junto à cidade de São Paulo e os municípios, já desde a campanha eleitoral para o cargo de prefeito em 2016.

Isso gera uma convergência com o que Wolf (2003, p. 142) aponta como as características destacadas por Noelle Neumann para a composição de uma mídia influente e influenciadora na opinião pública, conscientemente: acumulação, consonância e onipresença.

Desta maneira, as mídias que acompanham, desde a disputa eleitoral pela prefeitura de São Paulo na campanha de 2016 (e antes) *acumulam* o discurso de gestor que o ex-prefeito João Dória declara em todas as oportunidades que lhe são dadas, fazendo vínculo com o seu ambiente *parapolítico* empresarial, com uma postura e imagem sempre asseadas. Ao mesmo tempo, o próprio ex-prefeito é consistente em repetir, em todas as mídias, o mesmo discurso, tornando *consonante* para a população qualquer que seja o veículo que ela consuma a sua informação. E, com a *onipresença* proporcionada pelo atual momento tecnológico vivenciado pela sociedade humana, com novas e maior quantidade de Tecnologias de Informação e Comunicação acessíveis aos meios e aos consumidores dos meios, todos esses dados se difundem.

Assim, neste processo simbólico que o ex-prefeito tentou realizar, para a construção de sua imagem, é importante observar o uso de linguagem comunicacional para se dirigir aos seus eleitores, apropriando-se dos meios de comunicação existentes e que o acompanham profissionalmente para realizar a cobertura de suas ações e atividades políticas e que acabam, por um lado, servindo de canais de reprodução de uma marca construída, o gestor, com intenções e agendas próprias. Nesse sentido é importante lembrar que “a comunicação representa um processo social primário, com relação ao qual os chamados meios de comunicação de massa são simplesmente a mediação tecnológica: em suas extremidades estão sempre as pessoas, o mundo da vida em sociedade.” (RÜDIGER, 2011, p. 16).

### **Cidade *Encizentadamente* Linda**

O projeto de zeladoria Cidade Linda é motivo de controvérsia desde que foi implementado em 2017, com a ação, agora famosa, em que o ex-prefeito amanheceu vestido com roupa dos limpadores de rua para uma ação simbólica de lançamento do

projeto, na Praça 14 Bis<sup>4</sup>. O próprio nome do Programa é subjetivo e, em um ambiente altamente urbanizado e não planejado, com uma alta<sup>5</sup> densidade populacional (IBGE, 2010), a beleza sempre será relativa.

Não é difícil reparar as similaridades, mesmo semânticas, nos programas Cidade Linda e Cidade Limpa, este último do ex-prefeito Gilberto Kassab. Com suas próprias controvérsias à época, o programa do Gilberto Kassab teve a seu favor uma divulgação ao público e discussão prévia de como seria adotado e quais seriam os critérios de adequação, através de legislação própria municipal, portanto, com tempo e ônus aos munícipes e empresariados, que seriam fiscalizados para que cumprissem a legislação.

Pautado por ações que buscavam o cuidado com o urbano (e por isso zelar com a cidade), a gestão de João Dória Jr. sempre divulgou suas ações como resultados de sua experiência mercadológica e conhecimento empresarial que lhe foram capazes de, ao longo de sua carreira, firmar parcerias que poderiam, agora prefeito, contribuir para a formação de uma São Paulo mais eficaz. Isso seria possível através de doações empresariais sem nenhum interesse privado como contrapartida do Poder Público, no discurso do ex-prefeito.

Na Figura 1 abaixo é possível identificar um mapa temporal de 6 meses do programa de zeladoria Cidade Linda, com destaque para algumas das atividades realizadas e, no entanto, focando, pelo mapa, na concentração geográfica do Centro da cidade, o que não é por si só um fato de pouco destaque – afinal é o centro da cidade um local de significado e projeção imagética para a repercussão do que é preciso alcançar com o programa.

---

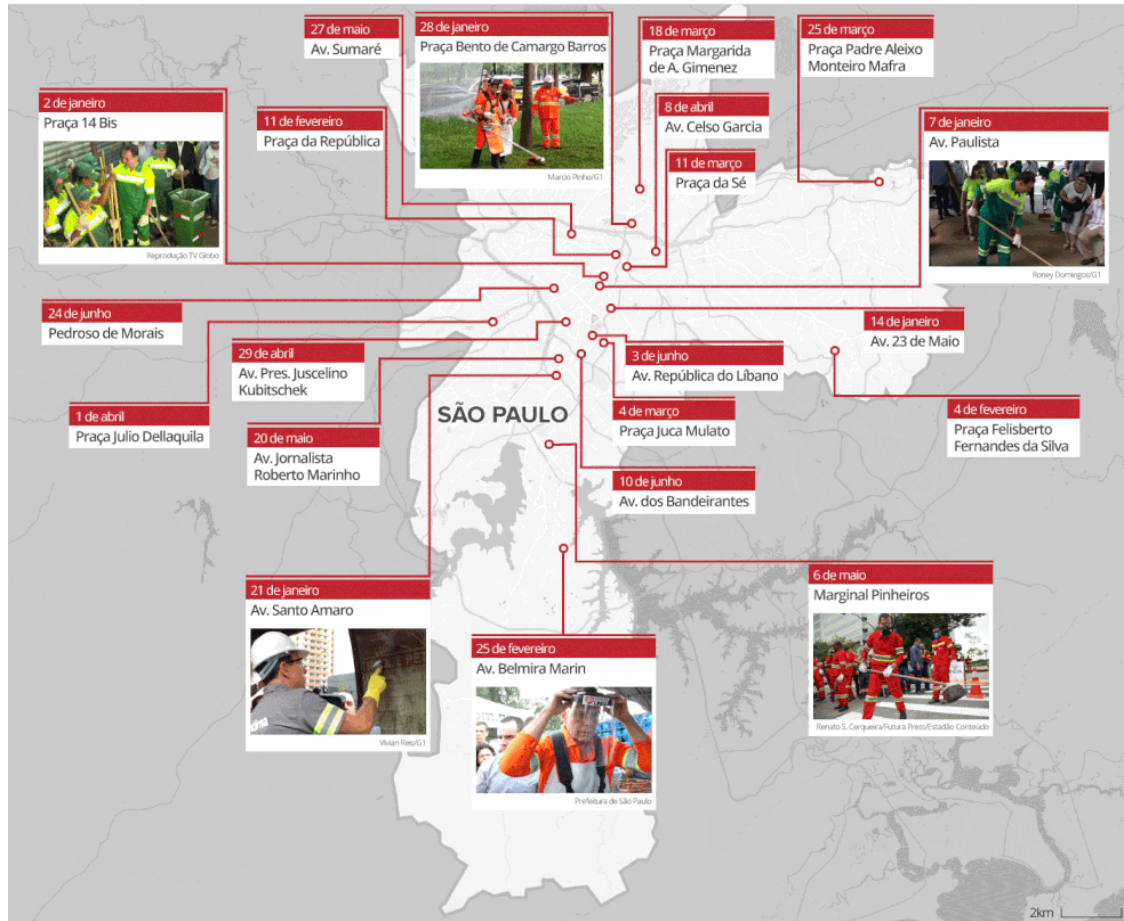
<sup>4</sup> Nota de chamada oficial da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de São Paulo, disponível em: <http://www.capital.sp.gov.br/noticia/novo-eixo-do-sp-cidade-linda-nas-marginais-comeca-nesta-sexta-feira/marginais-pinheiros-e-tiete-recebem-19a-etapa-do-programa-sp-cidade-linda/prefeitura-lanca-programa-de-zeladoria-urbana-sao-paulo-cidade-linda>. Acessado em 30/10/2018.

<sup>5</sup> 7.398,26 hab./km<sup>2</sup> conforme dados do IBGE (2010) disponíveis em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-paulo/panorama>. Acessado em: 30/10/2018.

Figura 1 - Locais onde o programa Cidade Linda foi realizado nos seis primeiros meses

### Seis meses de Cidade Linda

Operação fez ações de conservação em diferentes pontos da cidade, mas com maior concentração no Centro



Fonte: Prefeitura de SP



Infográfico elaborado em: 28/06/2017

Fonte: <https://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/em-6-meses-cidade-linda-de-doria-foca-em-bairros-centrais-e-ve-problemas-voltarem.ghtml>. Acesso em 27/10/2018.

Em 14 de janeiro de 2017 é realizada a ação que viria a se tornar a mais conhecida e polêmica do programa de zeladoria e que marcaria o mesmo e a própria gestão do ex-prefeito é o *acinzentamento* dos grafites realizados ao longo da Avenida 23 de Maio.

Sob a perspectiva do próprio programa, o grafite foi visto como uma poluição visual equiparado ao *pixo* e comunicado como defeituoso aos padrões de um centro urbano. Em contramedida ao que existia na gestão do prefeito anterior, que havia contratado os artistas grafiteiros para realizar intervenções públicas nos muros da cidade, com isso, dispendido verba pública para a realização dessas intervenções, a impressão que ficou para o *acinzentamento* e cobertura desses murais de grafite é que serviram apenas ao

propósito de apagar as marcas da gestão anterior, de partido político com correntes de pensamento diferentes.

Isso se repetiu ao longo de outras ações realizadas e propostas durante a gestão do ex-prefeito João Dória Jr., com os aumentos de velocidade para veículos nas vias públicas de maior movimentação e, como veremos, deslocamento das atividades tradicionais da Virada Cultural de São Paulo, de modo abrupto ao planejamento, para uma “ilha urbana” na zona sul da Cidade – o Autódromo José Carlos Pace.

### **A Virada Cultural de São Paulo**

De acordo com a Prefeitura de São Paulo (2018), foi o evento francês “*Nuit Blanche*” ou Noites Brancas, que em 2005 inspirou a Prefeitura de São Paulo a promover a Virada Cultural. Um evento com 24 horas de duração e atrações diversificadas, voltadas para crianças, jovens e adultos de todas as classes sociais e gostos, e que ocupam simultaneamente a região central de São Paulo.

O objetivo principal do evento é promover a convivência em espaço público, convidando a população a se apropriar do Centro da cidade por meio da arte, da música, da dança, das manifestações populares.

Desde 2005, a Virada Cultural atrai milhares de pessoas de todas as partes de São Paulo e do Brasil. Na edição de 2013, foram quatro milhões de pessoas que puderam acompanhar 900 atrações ao longo de 24 horas. (PREFEITURA DE SÃO PAULO, 2018).

As apresentações acontecem nas ruas de São Paulo, e também em outros equipamentos como Centros Educacionais Unificados (CEUs), unidades do SESC, cinemas e teatros da cidade, incluindo o Theatro Municipal. (PREFEITURA DE SÃO PAULO, 2018).

Com a entrada do empresário João Dória Júnior para a prefeitura de São Paulo, o então gestor alterou os locais de apresentação do evento, que até 2016 ocorriam em lugares próximos ao centro da cidade, e em bairros periféricos.

De acordo com Domingos (2016), em matéria do *site* G1 (2016) o Prefeito João Dória defendeu a transferência do evento para o autódromo de Interlagos na região sul da capital.

A problemática para essa mudança consistia no deslocamento do público para um único espaço para poderem apreciar as atividades da Virada Cultural de 2017.



Essa preocupação foi rebatida pelo então Prefeito, com a alegação que seriam disponibilizados transportes, conforto e segurança aos participantes do evento.

A Virada Cultural permaneceria sem custo de ingressos, mesmo que o autódromo fosse privatizado.

Desde 2005 o evento é realizado na região central de São Paulo, normalmente no final do primeiro semestre, com atrações variadas como Ney Matogrosso, Elba Ramalho, Gaby Amarantos, Detonautas, Maria Rita, Caetano Veloso, NX Zero, Emicida, entre outros. Essas apresentações aconteciam em palcos na Praça da Sé, Largo do Arouche, Avenida São João e Vale do Anhangabaú, a proposta do Prefeito era que o evento se tornasse um festival nos moldes do Lollapalooza, ou seja, em um lugar específico.

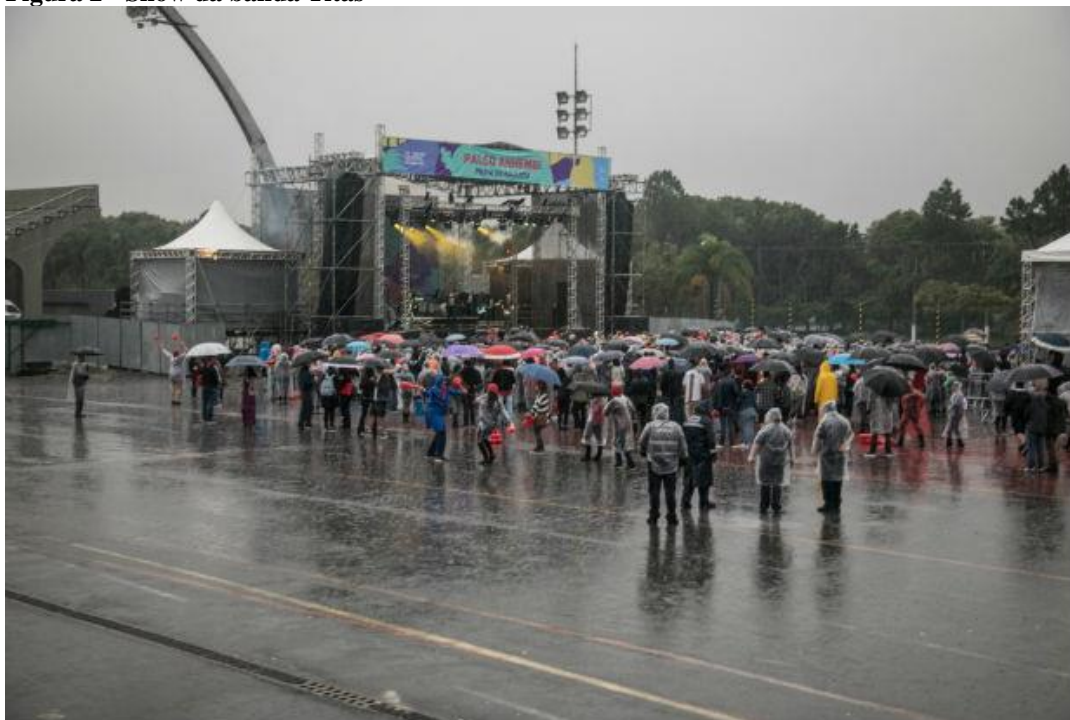
Para Dantas (2016) do Jornal O Globo, João Dória alegou que a população já convive com os equipamentos culturais centrais da Cidade e por esse motivo não seria necessário que o evento continuasse nessa região como nas edições anteriores.

Já as demais viradas culturais nos bairros, ocorreriam em datas diferentes com 12 horas de programação, diminuindo pela metade a duração do evento.

O resultado da descentralização do evento em maio de 2017 reverberou em uma série de imprevistos, dentre eles a falta de público.

De acordo com Plestenjak (2017) do portal UOL, a proposta do Prefeito João Dória de descentralizar a programação da Virada Cultural 2017, fez com que a mesma ficasse vazia. Os palcos com as atrações principais foram os mais prejudicados, por exemplo, o que sediou o *show* da banda Titãs no Anhembi.

**Figura 2 - Show da banda Titãs**



Fonte: Folha de São Paulo – Portal UOL (2017).

Conforme prometido pelo Prefeito, os locais que receberam as atrações da Virada Cultural foram o Autódromo de Interlagos, Anhembi, Praça do Campo Limpo e Parque do Carmo, entre outros, porém todos com quantidade pífia de público, que ainda contou com outro agravante que foi o tempo chuvoso.

Um evento do porte de uma Virada Cultural é realizado para atrair públicos numerosos. Segundo a reportagem do Portal UOL, houve *shows* que a quantidade de público não ultrapassou dez pessoas. Na apresentação de Ian Ramil vencedor do Grammy Latino de 2016, aproximadamente vinte pessoas prestigiaram o artista que se apresentou em um tablado na rua 7 de Abril. (UOL, 2017).

A cantora baiana Daniela Mercury acostumada com platéias expressivas, cantou para aproximadamente três mil pessoas. No carnaval desse mesmo ano, a cantora se apresentou para quinhentas mil pessoas em São Paulo.

Cabe salientar que apenas o palco localizado no centro de São Paulo teve a programação com 24 horas de duração, mesmo assim, em nenhuma das atrações houve lotação como nos anos anteriores.

Mesmo com uma expressão tímida de público, André Sturm – Secretário Municipal de Cultura afirmou que essa redução foi intencional, pois os organizadores não queriam aglomerações com quarenta mil pessoas no centro de São Paulo.

Mesmo com a justificativa do representante do governo, questiona-se o intuito de organizar um evento de rua e contar com uma baixa demanda de expectadores para um evento do porte da Virada Cultural, que demanda investimento público e patrocínio para a sua realização.

Na opinião de André Sturm as concentrações de público geravam problemas logísticos, segurança e transporte. (UOL, 2017).

Dentre as ocorrências que prejudicam a imagem do evento e conseqüentemente da cidade promotora, foram os atrasos, falhas técnicas e o cancelamento de *shows*, como o da cantora paraense Fafá de Belém que informou estar indisposta por causa do frio, porém cerca de cinquenta fãs que aguardavam a apresentação tiveram suas expectativas frustradas.

No dia seguinte a cantora se apresentou com a colega de trabalho Alcione no parque do Carmo, debaixo de chuva. O mau tempo também prejudicou a passagem de som do rapper Mano Brown no Grajaú e foi substituído por Edi Rock.

Outra falha comprometedoras ocorreu pelo esquecimento da Prefeitura em equipar o tablado para a apresentação dos DJs da festa de soul Talco Bells, na praça Antônio Prado. Nesse caso a organização corrigiu o problema a tempo da festa Pinga Ni Mim se apresentar no evento.

Outros cancelamentos ocorreram devido à falta de geradores ou de luz para as apresentações. A cantora Iara Rennó passou por esse infortúnio ao se deslocar para a rua Aurora e se deparar com o palco escuro, mesmo assim, fez um número à capela, em respeito ao público presente. Cabe salientar, que as produções culturais da cidade contam com profissionais capacitados e erros dessa natureza passam a impressão de um evento organizado de forma amadora e improvisada, prejudicando os artistas e o público.

No Anhembi a apresentação do Circo Zanni, ficou parcialmente sem iluminação, comprometendo a qualidade do espetáculo.

**Figura 3 - Circo Zanni – Palco Anhembi**



Fonte: Folha de São Paulo – Porta UOL (2017).

A decisão de levar à Virada Cultural a outros locais dividiu a opinião do público que aprovou a ideia pelo fato de ter atrações mais perto de suas residências, mas impediu de assistir a outras apresentações devido ao deslocamento para os palcos mais distantes. (UOL, 2017).

Em relação à segurança, os problemas foram menos expressivos com dez casos registrados e divulgados pela Prefeitura de São Paulo. (FOLHA DE SÃO PAULO – UOL, 2017).

Problemas com a distância entre os tabladros para as apresentações também prejudicaram o bom andamento do evento, pois os *shows* tiveram interferências acústicas de estruturas vizinhas.

Essa mesma situação ocorreu com o palco Cabaré Queer localizado na avenida Ipiranga, as passagens de sons se misturavam com a acústica de palcos menos situados nas proximidades, comprometendo a qualidade da apresentação.

Nas redes sociais os artistas postaram comentários referentes aos prejuízos artísticos com esses erros de logística.

O Secretário Municipal de Cultura de São Paulo se posicionou avaliando os erros cometidos na edição de 2017 como experiência para melhorar as próximas edições da

Virada Cultural e assumiu que houve atrasos nas contratações e culpou as licitações que foram acordadas próximas ao evento resultando em falhas na infraestrutura.

Pontos positivos além da Segurança mencionada nessa pesquisa foram, à limpeza das ruas e a compra de alimentos, pois não houve filas. (FOLHA DE SÃO PAULO – UOL, 2017).

Reportagem da G1 sobre o evento destacou a estimativa de público de 1,6 milhão de participantes, segundo dados da prefeitura de São Paulo, nas edições anteriores o público variava entre 3 e 4 milhões de expectadores. Com palcos distribuídos na Chácara Jockey e Sambódromo do Anhembi, a estimativa de público ficou próxima da 2º edição de 2006, com 1,5 milhão de pessoas.

Mesmo com baixa adesão, o Prefeito João Dória fez boa avaliação do evento e culpou o tempo frio e chuvoso pelo prejuízo de público.

Com mais atrações teatrais e circenses, os responsáveis prometeram dedicar mais atenção aos eventuais problemas ocorridos na edição de 2017 decorrentes da descentralização do evento.

Em 2018, sob a gestão do Prefeito Bruno Covas, o evento voltou a ocupar as ruas centrais de São Paulo, as apresentações eruditas do evento ocorreram no Theatro Municipal, com a distribuição de ingressos com 2 horas de antecedência e o público pode assistir a Ópera La Traviata, Orquestra Filarmônica de São Paulo, Orquestra Experimental de Repertório e a Orquestra Sinfônica Municipal Jovem. (PREFEITURA DE SÃO PAULO, 2018).

A programação do evento contou pela primeira vez com um palco gospel, solicitação feita aos organizadores que pleiteavam apresentações desse gênero musical, permitindo que artistas evangélicos tivessem espaço no evento. (SÃO PAULO TURISMO, 2018).

Evento de calendário da Prefeitura de São Paulo em parceria com as empresas SESC, Itaú Cultural, APAA, IMS, FIESP / SESI, Banco do Brasil, Metrô, Via Quatro, SP Trans, entre outros. (PREFEITURA DE SÃO PAULO, 2018).

### **Considerações Finais**

Essa mistura *cinza* entre o que é público e o que é privado nas relações com o poder executivo não prezaram pela transparência e responsabilidade que um gestor respeitado

realiza em sua empresa, com esclarecimentos claros aos seus acionistas das ações que serão realizadas de presente e futuro, a fim de que não haja prejuízo.

As relações comunicacionais dentro do Poder Público e a sociedade devem partir de um princípio de responsabilidade e responsabilização por aquilo que é comunicado. Ao ter a liberdade de dizer sem se comprometer, o ex-prefeito realizou ações de intervenção públicas no programa Cidade Linda com interesse particular que não contribuíram para o desenvolvimento social ou urbano do município.

O contraponto entre o que a Prefeitura divulga como resultado e avaliação dos eventos públicos como é o caso da Virada Cultural, nem sempre são os mesmos que os meios midiáticos publicam. Não está em avaliação qual das duas fontes estão corretas, entretanto, é importante que os resultados sejam posteriormente utilizados como subsídio para colaborar para o desenvolvimento e sucesso da marca, seja de um evento ou de uma cidade do porte de São Paulo.

Problemas pontuais, quando pontuais, tendem a não comprometer a imagem da cidade, entretanto quando as ocorrências negativas são numerosas, podem respingar e colocar em questão o papel do evento, mesmo sendo nobre, poderá comprometê-lo.

O papel da comunicação é justamente promover uma discussão sobre esses acontecimentos, até porque quando os órgãos públicos realizam eventos ou promovem o destino, há inúmeros investimentos envolvidos nesse processo e a transparência é sempre necessária para que não haja dúvidas sobre a prestação de contas social.

Essa observação é necessária principalmente em períodos de troca de autoridades públicas, onde cada um tende a defender suas propostas ou alterá-las, imprimindo sua identidade, porém experiências de sucesso podem ser incrementadas e não desprezadas, pois a construção positiva de um evento é difícil de ser mantida, principalmente se for um evento de calendário.

O acompanhamento prestado pelos meios de comunicação no início da gestão do ex-prefeito não foi isento de reprodução do discurso gestor *vendido* pelo próprio.

## **REFERÊNCIAS**

DANTAS, Dimitrius. **Dória isola Virada Cultural no Autódromo de Interlagos**. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/doria-isola-virada-cultural-no-autodromo-de-interlagos-20594563>>. Acesso em: 15 out. 2018

DOMINGOS, Roney. **Dória transfere Virada Cultural para Interlagos e diz que São Paulo é um lixo vivo**. Disponível em <<https://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/doria-transfere-virada-cultural-para-interlagos-e-diz-que-sp-e-um-lixo-vivo.ghtml>>. Acesso em: 15 out. 2018.

IBGE. Censo Demográfico, 2010. Disponível em [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br). Acesso em 30/10/2018. G1 GLOBO. **Virada Cultural 2017 teve metade do público de edições anteriores**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/virada-cultural-2017-teve-metade-do-publico-de-edicoes-anteriores.ghtml>>. Acesso em 21 out. 2018.

PLESTENIAK, Simon. **Programação descentralizada, aposta de Dória, esvazia a Virada Cultural**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/05/1886201-programacao-descentralizada-aposta-de-doria-esvazia-a-virada-cultural.shtml>>. Acesso em: 15 out. 2018.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. **Virada Cultural**. Disponível em: <<http://viradacultural.prefeitura.sp.gov.br/>>. Acesso em 15 de out. 2018.

RÜDIGER, Francisco. As teorias da comunicação. Porto Alegre: Penso, 2011. 152 p.

SÃO PAULO TURISMO. **Virada Cultural terá pela primeira vez um palco para música gospel**. Disponível em: <<http://imprensa.spturis.com.br/saiu-na-midia/virada-cultural-tera-pela-primeira-vez-um-palco-para-musica-gospel>>. Acesso em: 20 out. 2018.

SCHRAMM, Wilbur. Comunicação de Massa e Desenvolvimento: o papel da informação nos países em crescimento. Trad. Muniz Sodré e Roberto Lent. 2. Ed. Rio de Janeiro: Bloch Editores, 1976. 439 p.

WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de massa. São Paulo: Martins Fontes, 2003. 295 p.