

www.oxisdaquestao.com.br

TEXTO DE CARLOS CHAPARRO

Conversa franca com Fernando Haddad sobre Governo e Comunicação

***O editor do blog
abre o “Postigo do Diálogo”
ao professor Fernando Haddad,
prefeito de São Paulo.
E lhe diz:***

(MAIO de 2014)

“Caro professor Fernando Haddad: está no território da Comunicação o seu maior problema. E para assumir essa afirmação, basta-me o fato de, até agora, você não ter conseguido construir um lugar próprio, nem inovador nem conservador, nos embates discursivos da cena política - quer no âmbito paulista quer no âmbito nacional. E eu considero que a ausência da sua voz e do seu pensar no debate político constitui lamentável prejuízo para a qualidade da discussão pública, num momento histórico em que a degenerada política brasileira tão dramaticamente carece de novas vozes e novas ideias”.

PRIMEIRA CONVERSA - 07/05/2014

Voz ausente no debate político

Prezado professor Fernando Haddad, prefeito de São Paulo:

Esta é uma coluna (“Postigo do Diálogo”) onde, sem concordância prévia, tomo a liberdade de encetar conversas públicas com pessoas notáveis, se, a meu juízo, com elas houver ideias relevantes a trocar - naturalmente, sobre temas que envolvam questões da comunicação social, de preferência envolvendo jornalismo.

Está assim explicado, professor Haddad, o porquê da sua vinda forçada a este Postigo do Diálogo. Sei não haver como dissociar o seu nome acadêmico da função pública de prefeito. Ainda assim, e embora os assuntos da conversa tenham a ver com a administração da cidade, prefiro dialogar com o professor Fernando Haddad, mesmo sabendo que, no professor, terei também o prefeito como interlocutor inevitável.

Entre professores, acredito, a troca de ideias fluirá melhor, livre dos inevitáveis bloqueios e condicionamentos que a argumentação partidária impõe aos líderes eleitos.

Para colocar a conversa em andamento, faço questão de aqui lembrar e transcrever o seguinte trecho de uma análise que postei neste blog em novembro de 2012, logo após a sua eleição:

“Brilhou das vezes, este ano, a estrela das intuições e espertezas políticas de Lula . A primeira, levando o ex-presidente a impor ao PT o nome de Fernando Haddad como candidato à Prefeitura de São Paulo; a segunda, quando lhe soprou a inspirada ideia de agregar ao nome do candidato o qualificativo “O NOVO”, que logo virou mote discursivo da campanha.”

“Com a ajuda competente de seus marqueteiros, Fernando Haddad teve o mérito de, sem excessos caricaturais, fazer uma boa representação d’O NOVO. (...)

E a ideia de O NOVO cresceu com triplo significado (...): NOVO para a administração da cidade que Gilberto Kassab não melhorou; NOVO para a esperança brasileira de uma política de cara limpa; e NOVO para a reconstrução do Partido dos Trabalhadores, moralmente dilapidado pelos crimes dos mensaleiros.

Recupero essa reflexão após um ano e meio, professor Haddad, porque nela está a principal razão de ser desta nossa conversa de agora. Acompanhei de perto a sua campanha. Gostei das suas ideias e do seu jeito de pensar. E porque a sua gestão no Ministério da Educação me levava a acreditar na sua honestidade e na sua competência, passei também a acreditar que, como prefeito da maior cidade brasileira, na maturidade e na juventude intelectual dos cinquenta anos, você poderia revelar-se um novo líder de referência, capaz de dar rumos éticos aos comportamentos políticos, que nos padrões que temos tanto degradam a democracia brasileira.

Como você sabe, a política brasileira carece dramaticamente de NOVAS lideranças - novas, naquele triplo significado que você, como candidato, conseguiu agregar ao slogan “**O Novo**”: **NOVO** na qualidade administrativa; **NOVO** nas razões éticas dos comportamentos e das decisões, e **NOVO** na criação de um paradigma verdadeiramente democrático de entes partidários - a começar pela reinvenção moral e ética do Partido dos Trabalhadores, que nos usos e abusos do poder conquistado pelo voto, traiu os belos compromissos de origem, lambuzando-se nas “delícias” do empreguismo bem remunerado e nos prazeres das mordomias, nem todas legais. Isso sem falar nas práticas ativas e passivas de corrupção, em imaginosos e criminosos desvios de dinheiros públicos. Em alguns casos, desvios justificados com arroubos (quase escrevi “arrotos”...) ideológicos do tipo “os fins justificam os meios” - sem nos explicarem se o roubar seria meio ou fim...

Como cidadão e eleitor paulistano, acompanho atentamente o feito e o não feito neste quase ano e meio da sua administração. E confesso, professor Fernando Haddad, uma certa frustração. Sinto que a ideia de **O NOVO**, tão bem anunciada na vitoriosa campanha, diluiu-se em apodrecidos caldos d’**O VELHO**. Um deles, o caldo dos “acertos”

partidários conhecidos como “toma-lá-dá-cá”, no tabuleiro da distribuição de espaços, cargos e nacos orçamentários.

Essa sensação de que **O VELHO** se mostrava capaz de engolir **O NOVO** surgiu, cedo e forte, depois daquela visita do ex-presidente Lula ao seu gabinete, logo no início do mandato, a 16 de janeiro de 2013. Não sei o “quê” nem o “como” da conversa. Mas, pelo que os jornais noticiaram, o ex-presidente teve a deselegância política de ir ao seu gabinete sugerir diretrizes ao prefeito eleito e a uma parte do secretariado. Depois, em diferentes momentos do primeiro ano de mandato, todos tivemos notícias de outras pressões de Lula e de comandos do PT, para que a prefeitura “investisse” mais em propaganda, a fim de que o eleitorado fosse informado das “coisas boas” da sua administração.

Da minha parte, entre o dito e o não dito, entendi assim os recados dessa pressão partidária: *“Gaste dinheiro do povo em divulgação, mostrando o que é bom e ocultando o que não presta, para nos ajudar a ganhar as eleições estaduais*

Apesar de uma ou outra constrangida concessão, sinto que você não entrou nessa cantilena de sereia safada.

Mas ao falarmos em divulgação, professor Haddad, chegamos ao ponto central da nossa conversa. Não disponho de informações suficientes para avaliar com justiça a sua administração de prefeito da capital paulista. Como morador de São Paulo, percebo que o dia a dia da cidade tem problemas graves de gerenciamento. Capto também sinais de que, na área mais sensível dos serviços públicos, a dos transportes, o caminho das soluções está obscurecido pela incompetência estratégica de definir combinações inteligentes entre as variáveis “transporte público” X “trânsito”. Todos nos sentimos também incomodados com as inumeráveis ilhotas de lixo abandonado que enfeitam de tristeza urbana a nossa cidade. E peço que me dispense de falar nas humilhações e dores que os paulistanos pobres passam em postos de saúde e prontos-socorros.

Certamente estão em andamento projetos importantes para o futuro de São Paulo - acredito, até, que em todas as áreas da administração municipal, na predição que o seu programa de governo permite delinear. Mas, professor Haddad, você sabe, tão bem quanto qualquer cidadão paulistano, que nada é tão

prioritário quanto a manutenção do bom funcionamento da cidade, nas rotinas do seu dia a dia. É o funcionamento dos serviços urbanos do dia a dia que dá identidade e tom à administração da cidade. Mas, por enquanto, professor, aos serviços urbanos que dão face à cidade falta, por enquanto, o encanto da qualidade. E a comunicação oficial da Prefeitura integra essa fisionomia de melancolia.

Se me permite, professor, recordo aqui, em jeito de metáfora, uma experiência que vivi décadas atrás, no Departamento onde trabalhava, na USP. A chefia de então desenvolvia alguns bons projetos de modernização em instalações e equipamentos, mas descuidou-se na vigilância à limpeza dos banheiros. Sob o ponto de vista administrativo, foi um pedagógico episódio, pois logo a chefia percebeu que, para efeitos de imagem, nenhum bom projeto resiste ao estrago provocado por um banheiro mal cuidado e mal cheiroso.

Quem percorre de olhos abertos as ruas e praças de São Paulo sente que o dia a dia da cidade está mal cuidado. E isso me lembra os tais banheiros da USP...

Porém, face à grandiosidade e à complexidade dos problemas urbanos de uma cidade como São Paulo, faltam-me informações suficientes, e conhecimentos, para propor uma boa avaliação crítica do seu governo.

De uma coisa, porém, tenho certeza, caro professor Fernando Haddad: está no território da Comunicação o seu maior problema, tanto na qualidade dos conteúdos quanto nas formas de difundi-los. Para tal afirmação basta-me o fato de, até agora, você não ter conseguido construir um lugar próprio, nem inovador nem conservador, nos embates discursivos da cena política - quer no âmbito paulista quer no âmbito nacional. E eu considero que a ausência da sua voz e do seu pensar no debate político constitui lamentável prejuízo para a qualidade da discussão pública, num momento histórico em que a degenerada política brasileira tão dramaticamente carece de novas vozes e novas ideias.

Como líder político, professor Haddad, e sob o ponto de vista da identidade discursiva, você ainda não conseguiu existir. Não construiu marcas. Sem marcas, nem motiva nem organiza expectativas sociais. E quando não há expectativas, professor, ninguém aguarda respostas. Nem as procura.

Em resumo, caro professor e prefeito Haddad, para que o anúncio de O NOVO brote novamente do administrador honesto e do político idealista em que continuo a acreditar, acho importante dizer- lhe o seguinte: é preciso mudar conceitos e práticas na Comunicação do seu governo, impondo-lhe estratégias e escolhas que façam dela ferramenta digna, a serviço dos objetivos e ideais de governo. Libertando-a, portanto, da mentirosa instrumentalização partidária, que entende e usa a Comunicação apenas como baú de artimanhas, para fins eleitorais.

Mas esse será o assunto da nossa próxima conversa, dentro de alguns dias, neste mesmo espaço. Até lá, professor Fernando Haddad!

Cordialmente,

CARLOS CHAPARRO

SEGUNDA CONVERSA - 19/05/2014

Ideias para uma comunicação com DNA ético

Prezado professor Fernando Haddad:

Para retomarmos a nossa conversa sem tropeços de continuidade, relembro a essência do recado final do texto anterior:

“Acho importante dizer- lhe o seguinte: para que o anúncio de O NOVO brote novamente do administrador honesto e do político idealista em que continuo a acreditar, é preciso mudar conceitos e práticas na Comunicação do seu governo, impondo-lhe estratégias e escolhas que façam dela ferramenta digna, a serviço dos objetivos e ideais da administração municipal.”

As suas recentes aparições na televisão (algumas delas irrelevantes, professor Haddad), para explicar ou justificar decisões do seu governo municipal, não modificam essa minha opinião. Ao contrário: o tom resignadamente defensivo e a pobreza argumentativa das falas mostraram-nos um prefeito reduzido pelos comunicólogos da casa à condição de figurante, na rabeira dos acontecimentos.

Ora, o prefeito de São Paulo não pode entrar como figurante no espaço público dos embates discursivos. Aí, por direito e dever, cabe-lhe papel e lugar de protagonista. Sempre! E somente!

Para ilustrar, digo-lhe, professor Haddad, que senti uma enorme tristeza ao vê-lo atuar como se fosse porta-voz da Prefeitura, para burocraticamente justificar injustificáveis equívocos, como esse de isolar com gradis, na cracolândia, o incômodo agrupamento de usuários de crack.

**Princípios e conceitos
para um novo paradigma
de comunicação na Prefeitura**

Naturalmente, falo apenas de sintomas perceptíveis aos observadores externos, como eu. Sem chegar, portanto, às causas e circunstâncias reais dos fatos, desconhecidas para mim.

Mas, pelo que os sintomas me induzem a pensar, é clara a ausência de um conceito lúcido, moderno, criativo e honesto de comunicação integrada, pensada e praticada em função dos nobres objetivos institucionais de servir ao povo.

Com esse foco, caro professor Haddad, e para eventuais usos em discussões internas da sua equipe de comunicação, aproveito este Postigo aberto para partilhar uma pensata organizada em torno de alguns pressupostos conceituais sobre comunicação na esfera do serviço público - pressupostos a seguir apresentados sem valoração hierárquica.

1 - As ações de comunicação em instituições não devem assumir objetivos próprios nem obedecer a objetivos estranhos às nobres finalidades institucionais, que na esfera pública estão sempre vinculadas ao interesse público e ao bem comum. Nesse entendimento, a comunicação é uma área de competências a serviço da realização dos objetivos da instituição. Sem concessões a interesses menores.

2 - O cérebro estratégico está na instância de poder e saber que define e determina os objetivos institucionais a alcançar. A Comunicação deve fazer parte desse espaço de poder e saber, para que nas ações geradoras de conteúdos (fatos, atos e falas relevantes da gestão municipal) haja, desde o início, atributos de noticiabilidade, para a adequada difusão do dizer institucional.

3 - No mundo globalizado pelas tecnologias da difusão instantânea e universal, a notícia deve constituir-se âmago discursivo dos acontecimentos (fatos e falas)

relevantes pelo seu potencial de intervenção transformadora. *O que em forma de Notícia circula no mundo globalizado, e o transforma, é o agir discursivo do sujeito social gerador dos conteúdos.*

4 - Pressupõe-se, portanto, que a Comunicação de uma instituição com o poder e as responsabilidades da Prefeitura de São Paulo tem de saber combinar e operacionalizar, estrategicamente, dois polos de competência: a competência de GERAR CONTEÚDOS com atributos jornalísticos de noticiabilidade; e a competência de SOCIALIZAR ESSES CONTEÚDOS por combinações inteligentes de meios, formas, linguagens e periodicidades, tendo em vista as prioridades do interesse público, das quais faz parte o direito social à informação.

5 - “Gerar conteúdos” não significa usar o jornalismo, ou qualquer outra das linguagens de comunicação social, para inventar histórias, esconder problemas, simular soluções. Coisas desse tipo têm nome: desonestidade, fraude, sem-vergonhice. “Gerar conteúdos” é realizar ações, produzir conhecimentos, dimensionar honestamente problemas e inovar soluções. Nenhum press release, nenhuma entrevista coletiva limpam banheiros públicos, recolhem lixo, melhoram o atendimento em postos de saúde ou acabam com greves de professores. Mas quando as ações ocorrem com qualidade administrativa, a boa comunicação noticiosa é essencial para o sucesso socialmente transformador.

6 - A Prefeitura de São Paulo é uma extraordinária usina geradora de conteúdos de enorme relevância social, acho importante dizer- lhe o seguinte: cuja divulgação interessa tanto à sociedade, no seu direito à informação, quanto ao jornalismo, no seu dever de atender as demandas sociais por informação, conhecimento e elucidação. Interessa igualmente à Prefeitura, no seu direito e dever de informar. Os interesses, diferentes, encontram-se no ponto de convergência chamado “interesse público”. Existem, portanto, todas as condições para uma honesta e socialmente proveitosa interação.

7 - Para a divulgação eficaz dos feitos e ditos da Prefeitura de São Paulo é desnecessária, e até prejudicial, a imoral ganância de dinheiros públicos com as artimanhas mentirosas da propaganda paga, cujos verdadeiros objetivos (todos sabemos disso!) são eleitorais. É uma agressão ao que poderíamos chamar de ética política. E na luta sem ética pelo poder, importa mais desinformar do que informar. Qualquer que seja o governo a fazê-lo, o uso eleitoral do dinheiro público gasto na chamada “propaganda institucional” caracteriza um desvio de finalidade, para proveitos partidários e individuais, em lutas pelo poder. Trata-se, portanto, de uma espécie de apropriação indébita ainda não catalogada como ação incriminada. Mas apropriação indébita.

No que se refere ao item 7, professor Fernando Haddad, torço para que você tenha a coragem de inovar, não permitindo práticas dessa apropriação indébita na sua administração. Crie um novo paradigma, professor! **E se tiver que gastar, GASTE BEM - gaste, por exemplo, em campanhas de educação cívica, de saúde preventiva, de nutrição, de capacitação profissional, do acesso ao conhecimento etc., etc., etc.. Ou seja: assuma as prioridades da própria Prefeitura, ligadas aos direitos e deveres da população, não às prioridades partidárias de conquista do poder a qualquer custo. Para quem administra a cidade ou o país, a vitória eleitoral tem de ser decorrência, não objetivo.**

Peço-lhe desculpa, professor Fernando Haddad, pelos meus atrevimentos. E desejo-lhe, sinceramente, que consiga fazer da sua administração um alvissareiro anúncio de mudanças éticas na política brasileira. Em você, e apesar dos contratemplos que o assolam, ainda acredito que O NOVO não precisará ressuscitar. Porque não morreu.

Cordialmente,

CARLOS CHAPARRO