



Editorial

Helena Garrido
Directora-adjunta



A galinha da vizinha (nunca) é melhor

O primeiro-ministro norueguês resolveu disfarçar-se de taxista numa tarde de Junho em Oslo. A iniciativa é ditada pela campanha para as eleições de Setembro e o partido de Jens Stoltenberg, que está há oito anos no poder, está em risco de perder. Mas a ideia de ouvir os eleitores como taxista vale mais do que uma pura campanha eleitoral.

Quem conhece um país como a Noruega sabe que os eleitores estão muito mais próximos dos eleitos do que em países como Portugal. No nosso caso concreto, o fosso entre eleitos e eleitores aumenta na proporção directa do tempo em que estão no poder. Seguem a regra clássica de se fecharem sobre si próprios e, a partir de determinada altura, considerarem que todo o mundo está contra eles. Quando chegam a este ponto, nem querem ouvir discordâncias dos seus próximos.

Os primeiros sintomas desse processo de afastamento dos eleitores são, invariavelmente, as críticas à comunicação social. A mensagem começa com acusações veladas a jornais, rádios e televisões, discutindo as prioridades editoriais.

Paralelamente a este distanciamento da realidade, ocorre com alguma frequência a tentativa de mudar o povo, uma espécie de revolução cultural. O que era bom, percebe-se pelas mensagens, era o povo ter outros hábitos e costumes. As escolhas variam entre ser mais norte-americano ou mais nórdico. E nem reparam que estão a revelar, também essas lideranças, o sintoma de défice de auto-estima que acusam ser um problema do povo português. É sempre a cansativa e mesma história de não se gostar de si próprio.

A descrição que se acabou de fazer tem sido uma das mais lamentáveis marcas deste Verão, nos famosos encontros com a imprensa promovidos pelo ministro adjunto, Miguel Poiares Maduro. Os já famosos 'briefings' são uma cópia mal feita do que se faz noutros países e em instituições como a Comissão Europeia. Mas que em geral têm uma diferença que faz toda a diferença: os jornalistas que estão nesses encontros são em geral sempre os mesmos, como acontece, por exemplo, com a Comissão Europeia.

Do ponto de vista do interesse público, o que os já mal afamados 'briefings' revelam é uma atitude em relação ao país que é assustadora. Expõem uma actuação de tipo "grande educador", para um povo que se considera precisado desses serviços. E quem for crítico será rapidamente catalogado de provinciano.

O que tem de mais grave essa atitude de "grande educador" não é obviamente a estratégia de comunicação. É antes aquilo que revela sobre a opinião e a convicção que tem do país quem delineou essa estratégia. É um país de que não gostam, é uma cultura que rejeitam. E acabam por concentrar neles os defeitos que identificam nos outros, o provincianismo e o défice de auto-estima com que contagiam o povo em geral, como líderes que são.

São líderes que querem ser nórdicos ou norte-americanos. Mas antes de o serem teria de ser como eles. Ser nórdico significa ser capaz de ser primeiro-ministro e conduzir um táxi em Lisboa. Ser norte-americano significa ver em tudo o que os portugueses fazem o melhor que há no mundo. Sem ser tudo isto, a atitude de "grande educador" é apenas um mau caso do ditado popular "a galinha da vizinha é sempre melhor que a minha". Aprender com os outros sempre. Copiar por falta de auto-estima nunca.