

ENTREVISTA AO EXPRESSO

Os jornalistas que cobriram a sua campanha e os comentadores que sobre ela escreveram eram todos corruptos?

Comecemos por outro lado. Comecemos pelo meu livro, que é um testemunho motivado pela preocupação de contribuir para a qualificação da nossa democracia, uma democracia que realmente corre perigo se aquilo que eu vi, se acentuar e continuar a degradar. Tentei ainda confrontar aquilo que vi com o que está escrito no Código dos Jornalistas, sobretudo com os pontos que obrigam os jornalistas a relatar os factos com rigor, exactidão e honestidade, a combaterem a censura e o sensacionalismo, e a considerarem a acusação sem provas como uma grave falta profissional. Como em democracia não há intocáveis, decidi dar público testemunho daquilo que é a minha verdade. Por outro lado, acho interessante que o meu livro tenha suscitado tanto alvoroço antes mesmo de ter sido distribuído. Na SICNotícias, o Ricardo Costa comentou-o sem o ter lido em noticiários consecutivos, da meia-noite da véspera até às 18 horas do dia do lançamento, repetindo mentiras e proferindo ataques pessoais, facto natural em qualquer ditadura, mas indubitavelmente inédito em democracia. E sucederam-se também, em estúdio, os comentadores que falavam sem terem lido o livro. Chegou-se mesmo ao ponto de um deles, Nuno Rogeiro, referir o “prefácio” de Saramago (que não existe) e criticar a falta de uma autocrítica, quando há um capítulo específico que se designa mesmo “autocrítica”. É isto boa informação? Depois tenho verificado o aparecimento de um conjunto de artigos...

Ainda não respondeu à minha pergunta. Se continua a evitar as minhas perguntas esta entrevista corre o risco de se converter num equívoco.

Faça as suas perguntas, eu dou-lhe as minhas respostas.

Se as suas respostas não tiverem qualquer relação com as minhas perguntas, não teremos entrevista

Lá iremos. Como eu ia a dizer, surgiram logo vários artigos, muito nervosos. muito insultuosos, de pessoas que não tinham lido, e que agradeciam que não se lesse, o livro. Depois, a situação melhorou, com o reconhecimento do problema e o começo de um debate mais sério. Vamos a ver...

Alguns dos episódios que relato foram decisivos e, sobretudo, muito importantes para a minha honra pessoal, como é o caso do «aperto de mão» no debate da SIC, que foi propositadamente descontextualizado e configura uma grave situação de difamação "ao vivo". E o que vi foi uma medonha maquinação *ad hominem*, levada a cabo por pessoas que julgam - e impunemente - poder mentir, manipular, falsificar.

Portanto houve uma campanha organizada para o derrotar, protagonizada por jornalistas venais a soldo de António Cunha Vaz, o homem que lhe foi oferecer os seus serviços antes de ser contratado pela candidatura de Carmona Rodrigues?

Pergunta se houve campanha? Essa conclusão tirou-a um jornalista que sabe do que, e de quem, fala. Foi Emídio Rangel, que escreveu logo três ou quatro dias depois do começo do arrastão videológico, um artigo que intitulou justamente «a campanha contra Carrilho».E está lá tudo, como lembro no meu livro

Quanto ao resto, eu conto no meu livro o encontro que tive com o responsável de uma agência de comunicação. Ele fez a proposta que refiro no livro, eu depois acompanhei os passos dele com mais atenção, sobretudo quando assinou contrato com outra candidatura. Foi ele, aliás, que no dia seguinte ao episódio do aperto de mão teve, na SICNotícias, no "Opinião Publica", mais de 10 minutos para o comentar e me injuriar em contínuo, enquanto a mim nem um segundo sequer me foi concedido para me defender. Mais, isso foi-me recusado.

Escrevi um livro onde deixo muitos indícios para que outros, se o entenderem, possam investigar. E já me coloquei à disposição da Entidade Reguladora da Comunicação Social, para os esclarecimentos que se julguem oportunos ou necessários. Eu cumpro com o meu dever, o meu desejo é que os outros cumpram com o seu.

Ficamos todos à espera. Mas regressemos ao episódio do «não aperto de mão». Um político em campanha eleitoral considera-se vítima de difamação mediática por ter sido filmado no final de um debate televisivo, no interior dos estúdios da estação e quando já tinha vários jornalistas à espera dos seus comentários. É uma teoria muito curiosa.

. Era o meu quarto debate, e nunca tinha havido jornalistas no exterior à espera dos candidatos. A questão é que eu fui difamado durante o debate, com o meu adversário a retomar a história da luxuosa casa de banho do Ministério da Cultura, e que o meu adversário sabia ser inteiramente falsa. No final, ainda dentro do estúdio, vi as luzes apagarem-se, e pensei que não havia câmaras a filmar. Pensei que aquele era um momento privado, e foi então que me dirigi à pessoa que me tinha difamado para lhe pedir explicações, como – estou seguro – qualquer pessoa o faria: quem não se sente não é filho de boa gente, não é? Acho curioso – e sintomático – é que tantos jornalistas e comentadores tenham sido insensíveis ao facto de o meu opositor me ter difamado quando o debate lhe estava a correr mal, com uma difamação que ele sabia falsa.

Foi uma vilania o que me fizeram. Sabe o que é os meus filhos andarem anos e anos a ouvirem dizer que o pai usou o dinheiro dos contribuintes em casas de banho privada e luxuosas no Ministério da Cultura, imagina o que é isso? E para mim, que sempre tive horror a mordomias de Estado, nunca andei sequer num carro oficial a não ser em serviço! E não houve ninguém que dissesse: isto é mentira, é uma difamação intolerável. Pelo contrário: escondeu-se uma parte determinante da informação, a difamação, para que tudo se concentrasse na história do aperto de mão, ligando-a, ainda por cima, a um suposto mau feitio, a

uma questão “de carácter”. Ora, se houve aqui uma questão de carácter, não foi certamente comigo!

Se soubesse que as câmaras estavam a filmar teria cumprimentado o seu adversário...

Que eu saiba, só as polícias das ditaduras é que filmam pessoas sem o conhecimento delas, manipulando depois essas imagens para chantagem ou humilhação pública... Eu fui convidado apenas para um debate: todas as imagens gravadas depois e fora dele, tinham, a meu ver, que ter a minha aprovação ou, no mínimo, o meu conhecimento. E a fazer-se qualquer história do não-aperto de mão, era um imperativo ético contextualizar-se tal gesto como resposta a uma grave injúria.

Está a dizer que foi ingénuo. Se fosse hoje não voltaria a cometer o mesmo erro?

Ingenuidade não é corrupção.

Ninguém o acusou de corrupção, mas de ter partido para uma campanha eleitoral sem conhecer as fronteiras do espaço público e do espaço privado.

Para a SIC, o mais importante do debate foram as imagens do episódio privado do «não aperto de mão», mas para a mesma SIC já não foi sequer notícia a fuga “em directo” do meu adversário de um outro debate, no dia 3 de Setembro, e este passou-se, atenção, no próprio “jornal da noite” da SIC generalista. Aqui escondeu-se tudo: não acha isto estranho...e sintomático?!

Ao longo do seu livro queixa-se muito das críticas de que foi alvo na Comunicação Social por ter aparecido em campanha

com a sua família, ao contrário do que aconteceu com outros candidatos. Tem de admitir que o seu percurso académico e a sua produção intelectual não rimam com revistas cor-de-rosa, nem com a aparição do seu filho Dinis Maria em vídeos de campanha eleitoral.

Eu tenho que esconder a minha família? Eu estou diminuído nos meus direitos? É incrível, arrepiante o que está a dizer.

Tem de admitir que essa questão não é pacífica em Portugal. Pacheco Pereira, por exemplo, que tem sobre essa matéria uma posição de princípio, manifestava-se há bem pouco tempo contra a exposição mediática das famílias dos políticos em campanhas eleitorais e referiu tanto o seu caso como o de Cavaco Silva. Já agora, diga-me que significado político tinha o aparecimento de Dinis Maria no vídeo de campanha?

A “exposição”, como diz, das famílias, será assim tão diferente da exibição das centenas de metros quadrados da sua “Casa-Biblioteca-Arquivo-Panteão-Etc” da Marmeleira? Não me parece... O problema com Pacheco Pereira, é que ele critica, e bem, o tabloidismo, mas depois vai na corrente ... e com que facilidade! O meu livro lembra que houve jornalistas que silenciaram 12 dos 13 minutos do vídeo em que eu falava do meu projecto, das minhas ideias, do meu programa para Lisboa, para se concentrarem, ignorando muitos outros depoimentos, no único minuto – repito, único minuto - em que aparece a minha mulher e o meu filho. Não é essa a obrigação dos jornalistas, a obrigação dos jornalistas é descrever, relatar realmente o que se passou.

Os jornalistas não são pés de microfone, têm também a obrigação de seleccionar e hierarquizar a informação. São

operação fundamentais para a redacção de uma notícia que nem sempre agradam às fontes...

Desde que o façam com respeito pelos factos, na sua integralidade. Não é aceitável que numa sessão política em que eu falo três quartos de hora, em que eu apresento um documento de 18 páginas com medidas concretas para Lisboa e um vídeo de 13 minutos, a maioria dos jornalistas decida falar apenas de um minuto... o relato que apareceu na Comunicação Social foi absolutamente distorcido, manipulado e sectário.

Conclusão: os jornalistas estavam empenhados em denegrir a sua campanha e aproveitaram a naturalíssima presença do seu filho num vídeo de carácter político para o atacarem. Tem provas de que os jornalistas agiram de má-fé? Foi a cobertura jornalística da campanha que o derrotou?

Dou-lhe um exemplo que fala por si: quando, em Maio, abro a minha campanha na área social, no dia que visito um centro de idosos em Benfica, o «Público» enquadra essa visita com um subtítulo à volta da minha fotografia, e com a citação de um suposto idoso, que diz “É um convencido, um «teddy boy» armado em carapau de corrida que arranjou uma namorada grande”. Acha isto normal, acha que isto é respeitar o Código Deontológico dos jornalistas?

O debate seria mais produtivo se em vez de fazer insinuações tão velhas como o próprio jornalismo desse nomes às pessoas. De contrário, vai dar corpo a uma suspeita generalizada que vai colocar ao mesmo nível tanto os maus como os bons jornalistas. Ou seja, vai destruir os generosos propósitos do seu livro.

A seguir à publicação de «Sob o Signo da Verdade», Cintra Torres afirmou que as agências de comunicação têm hoje em Portugal um poder incrível que não é

escrutinado por ninguém. «Todos os dias (isto foi dito na SICNotícias, à meia-noite do dia 11), a toda a hora, se diz que há jornalistas que recebem das agências de comunicação. O dinheiro está – pergunta ele – a condicionar a opinião dos portugueses através das agências de comunicação? O que fazem as agências de comunicação? São pessoas que colocam notícias. O que é isso de colocar notícias?».

É curioso que a candidatura à presidência da Câmara de Lisboa lhe tenha suscitado tantas questões sobre o universo jornalístico português. É curioso porque até aí mantinha relações cordiais com alguns dos jornalistas designados para a cobertura da sua campanha e que agora são visados no seu livro. Os bons passaram a ser maus?

Sempre tive uma relação normal com todos os jornalistas, sem qualquer excepção. Todos os jornalistas são iguais, e em princípio “bons”, para mim. Mas o que conta é a prática, e aí devo dizer que suspeitas, e fortes, tenho-as há muito tempo. Basta ler o que conto no livro, onde lembro muitas “falsas-boas-histórias”, algumas com anos – é o mínimo que posso dizer - de preguiça jornalística!

Já disse e repetiu que escreveu um livro de perguntas. Mas conseguiu encontrar uma história para beliscar a credibilidade de cada jornalista que cobriu a sua campanha, o mesmo é dizer que a Comunicação Social portuguesa, seja ela de referência ou não, está debaixo de fogo?

Isso não é exacto. O grande problema, a meu ver, é que a nossa imprensa de referência se está a tabloidizar. O meu sobressalto, o grande sobressalto, é esse, a cada dia que passa há menos diferenças entre o tablóidismo e a imprensa de referência. E isso é o que de mais grave pode acontecer : em que é que podemos acreditar? O que é, e não é, verdade?

De que modo a tabloidização contaminou a sua campanha? O mau jornalismo concentrou-se todo na sua campanha?

Eu descrevo o que vi, as conclusões deixo-as inteiramente aos leitores.

Depende. Nalgumas páginas descreve noutras conclui.

Conclui que existiram ao longo da sua campanha «pactos de silêncio» e «alianças de agressão» e até conclui que em Portugal o lóbi da construção civil domina a Comunicação Social. Nesta passagem, incluída no capítulo dedicado à autocrítica, não vi lá qualquer ponto de interrogação.

Se eu quisesse dizer mais, tinha dito mais. Disse, para já, o bastante. E para já não me fará dizer mais, nem que conversemos até amanhã.

O seu currículo político já é vasto. Ocupou cargos públicos, foi ministro da Cultura, e nunca tinha manifestado o desejo de escrever sobre o mau jornalismo. Porquê agora?

Continuo a não perceber as razões de tanto incómodo, ou surpresa, com o livro. O que vivi , o que vi, impôs-me este relato.

Mas o que aconteceu configura uma campanha orquestrada contra si de jornalistas e comentadores?

A associação, digamos, dos jornalistas e dos comentadores, justifica-se por na prática existir uma amálgama das duas actividades. E a responsabilidade é, a meu ver, dos comentadores, que comentam sem distância, muitas vezes mesmo sem terem dados seguros sobre o que falam.

No final do seu livro faz um interessante acto de contrição que diz mais ou menos o seguinte: porventura terei feito uma campanha demasiado substantiva, com demasiadas convicções. Se voltar a candidatar-se a um cargo público teremos Manuel Maria Carrilho envolvido numa campanha menos substantiva?

Eu não sou um especialista dos chamados “passados futuros”. A grande vantagem de reflectirmos sobre o passado, é sabermos que boa parte daquilo que faremos no futuro, o faremos certamente de um modo diferente. Essa abertura de espírito parece-me elementar e fundamental.

Critica os jornalistas por se terem preocupado mais com o seu filho do que com as suas ideias e depois admite que uma campanha com menos convicções poderia ter conduzido a resultados mais positivos. No limite acaba por ceder ao mau jornalismo?

Eu continuo a pensar que uma pessoa se deve lançar numa campanha com as suas ideias, as suas convicções, e sem agências de comunicação. Mas também sabemos, até pelo resultados de outras campanhas, que há candidaturas vencedoras sem nada fazerem por isso, que pairam sobre o país como se fossem nuvens...

Regressamos às agências de comunicação e a António Cunha Vaz. O mesmo homem que ajudou Carmona Rodrigues a ganhar não teve a mesma arte, engenho e influência para levar Mário Soares à Presidência da República? Num caso «tem jornalistas no bolso», noutro não. Em que ficamos?

É hoje um dado incontestável, cá como por todo o mundo, o da mercantilização da informação. Mais grave é que uma parte dessa actividade se esteja a

mercenarizar, que uma parte da informação possa ser controlada por mercenários, que tudo dizem poder comprar e vender. Mas claro que não há agências infalíveis..

Mas se António Cunha Vaz usou, com óbvios proveitos para Carmona Rodrigues, a sua alegada influência nos jornalistas, por que não fez o mesmo a favor de Mário Soares que, inclusivamente, até foi o candidato presidencial que mais se queixou dos jornalistas?

São contextos muito diferentes e eu não me quero pronunciar sobre outras campanhas.

Creio que estávamos a falar do papel das agências de informação, da acção de António Cunha Vaz...

Prefiro uma abordagem diferente. Podem, por exemplo, analisar-se os contratos que essas agências fazem com os candidatos, bem como se elas a seguir fazem, ou não, “negócios” com instituições que passam a depender dos candidatos vencedores.

Essa, ou outras, investigações, não me compete a mim fazê-las. Eis uma bela tarefa para o jornalismo de investigação, ou para a Entidade Reguladora da Comunicação Social... E que isso valorize o bom jornalismo, estimule práticas de vigor e de excelência, eliminando o sectarismo e as práticas *ad hominem* ...

No balanço da campanha admite que se deveria ter batido mais pela coligação com o PCP em Lisboa. Foi uma avaliação errada da sua parte ou, como deixa entender no livro, o ambiente no Partido Socialista também não era favorável à renovação do acordo?

Eu assumi a responsabilidade total de todas as decisões tomadas durante a campanha, independentemente dos conselhos e das sugestões que me foram feitas, num ou outro sentido.

Edson Athayde, o responsável pelo «marketing» da campanha, não sai incólume do seu livro e algumas opções de estratégia política da sua campanha também lhe merecem reparos.

Essa não é a minha perspectiva, como já disse assumo todos os erros cometidos. Mas quando digo que houve uma campanha “negativa” dirigida à minha candidatura, recordo, por exemplo, as notícias que surgiram, vindas de vários jornais ao mesmo tempo, sobre certos problemas que haveria com os meus cartazes, uns caíam em cima das pessoas, outros impediam a visibilidade, havia queixas, etc...e depois verificava-se que não havia nada. Um segundo traço das campanhas negativas é descentrar o debate da substância para a personalidade, das ideias para o “carácter”, etc.. Tudo isso é conhecido, e bem conhecido, basta por exemplo ler o “*Feeding Frenzy*”, de Larry Sabato, para se ver como em Lisboa se fez uma campanha negativa *by the book*, e que o arrastão videológico e a manipulação do não-aperto de mão encaixam aqui como uma luva, foram peças chave dessa maquinação.

(Entrevista conduzida por Fernando Diogo e publicada no *Expresso on line*, a 25/05/06)

