

*Discurso na cerimônia de assinatura do
acordo de publicidade de utilidade pública
e do convênio que cria o Programa
Continuado de Aperfeiçoamento
Profissional em Comunicação de Governo*

PALÁCIO DO PLANALTO, BRASÍLIA, DF, 29 DE MAIO DE 2002

Meu caro Marco Maciel, Vice-Presidente da República; Senhores Ministros de Estado; Senhoras Ministras de Estado; Senhora Secretária Nacional dos Direitos da Mulher; Senhores Parlamentares presentes; Senhores representantes dos órgãos de comunicação e propaganda; Senhoras e Senhores,

Depois de ter ouvido o Doutor Petrônio Corrêa e o Secretário João Roberto Vieira da Costa, tenho muito pouco a agregar sobre a importância dos atos que acabam de ser assinados. A não ser agradecer – e muito – o apoio que o Doutor Petrônio nos tem prestado há tantos anos, muito antes, até, de eu ser Presidente, e a ação dos vários Ministros, que já foram aqui citados, na área de comunicação e, agora, do João Roberto.

Efetivamente, esses atos todos têm marcado um avanço significativo na política do Governo, em matéria de comunicação e publicidade.

Há pouco tempo, afirmei, numa cerimônia lá no Rio de Janeiro, que a comunicação, em particular, a comunicação pública é um tema indissociável do próprio funcionamento da democracia. Também me referi a exemplos ilustrativos do papel da comunicação como elemento es-

sencial da política. Ressaltei as ações que conduziram à instituição e à consolidação do Real como nova moeda brasileira. Também, como exemplo mais recente, à mobilização imensa da sociedade no que diz respeito ao esforço para poupar energia, quando houve a crise de energia. Sem a comunicação teria sido impossível fazer, como se fez, de uma maneira organizada, a transformação da nossa moeda.

Eu próprio, quando Ministro da Fazenda, tinha dificuldades em acreditar que fosse possível fazer passar, com a rapidez com que foi possível, a idéia de um ponto estável de referência e uma moeda que estava se desvalorizando a cada dia, a famosa URV. A partir do nome, que é difícil de dizer: URV. Não obstante, numa semana, a população brasileira entendeu e passou a atuar em função da referência estável. Isso seria inviável não fossem o imenso apoio dos meios de comunicação e a capacidade de comunicação.

E, aqui, devo ressaltar, também, o papel que o Ministro Rubens Ricupero teve. Foi um grande comunicador quando assumiu o Ministério em minha substituição e continuou uma pregação para explicar de maneira mais direta e mais simples à população brasileira aquilo de que se tratava. E a população assimilou a mensagem e ajudou muito na consolidação da nova moeda.

Assistimos, todos nós, recentemente, ao que aconteceu na crise de energia, quando foi possível, graças ao estímulo dos meios de comunicação, obter resultados surpreendentes. Mesmo antes de haver a fixação de normas muito claras, a população passou a economizar energia porque entendeu que era um problema que dependia de um esforço coletivo.

Portanto, ficou claro que basta informar, adequadamente, a população, basta que o Governo tenha relações transparentes com a sociedade e que a comunicação se faça de um modo ágil, eficaz, abrangente e claro, para que as mensagens, chegando à população, sob utilidade pública, a população as receba. E é isso que o Governo tem procurado fazer. Esses acordos vão facilitar sobremaneira essa função de uma comunicação mais persistente porque, como já tanto foi explicado pelo Doutor Petrônio e pelo Doutor João Roberto, trata-se de uma separação de categorias de forma de comunicação. De tal maneira que, fique

bem claro, há algo que se chama publicidade de utilidade pública – e essa não deve estar sujeita às dúvidas que, ainda, às vezes, ocorrem de que o Governo está gastando dinheiro para fazer propaganda, como se fosse pecado comunicar-se. Ao contrário, é preciso que haja comunicação e que se explique direito que certas formas de comunicação não são do Governo, são do funcionamento da sociedade, fazem parte dela como instrumento democrático de uma relação aberta, franca, entre os Governantes e a população.

Graças à opção por esse diálogo, estamos construindo um novo país, que tem que ser melhor e mais justo. Seria impossível obter êxitos em diversos programas de iniciativa do Governo, sobretudo na área social, sem que houvesse campanhas educacionais, informativas, de utilidade pública.

Talvez seja o momento para mencionarmos alguns exemplos, além dos que já foram aqui mencionados. Por exemplo, nas campanhas permanentes de vacinação contra o sarampo, a difteria, a coqueluche, a poliomielite e tantas outras doenças, temos assistido, também, a êxitos semelhantes àqueles, já referidos, dos momentos difíceis da vida brasileira, que mencionei, como a mudança de moeda e a questão da crise de energia. No caso específico do sarampo, numa única campanha foram vacinadas 16 milhões de crianças. Nós, aqui no Brasil, citamos esse número – 16 milhões – como se fosse um nada. Mas 16 milhões são a população da imensa maioria dos países do mundo.

Quanto à poliomielite, cada etapa da campanha de multivacinação atinge 17 milhões de crianças. A mesma coisa que ocorre com a questão do sarampo, acontece com a poliomielite. Também é por isso que conseguimos baixar tão drasticamente a mortalidade infantil: ainda em 90, 91, morriam 44 crianças por mil nascidas; agora, esse número baixou para 28 por mil nascidas, graças não apenas a mudanças efetivas, à assistência médico-hospitalar, mas também à compreensão da população de que é preciso haver um tratamento especial nessas campanhas de vacinação.

Ainda recentemente estive aqui, no Brasil, o Vice-Presidente do Banco Mundial, que chamou a minha atenção para o fato de que ele não conhece outra situação em que tenha havido uma queda tão drásti-

ca da mortalidade infantil, em tão pouco tempo. Quando se dá o número sem explicar – ela caiu de 44 para 28, para cada mil nascidos –, “não baixou quase nada”. Bom, ele disse que não há paralelo, num período de tempo curto, de uma queda tão pronunciada na mortalidade infantil. E só se sabe disso quando se compara. Não adianta dar um número, tem que compará-lo, no tempo e no espaço, com outras situações, ver o que aconteceu. Aqui, houve, realmente, graças a essa questão.

Também, nós vimos esse vídeo tão simpático a respeito dos mais idosos. Eu logo fico emocionado quando falo dos mais idosos. Houve um grande êxito na campanha de vacinação contra a gripe, houve. Entre 1999 e 2002, 37 milhões de brasileiros dessa faixa etária vacinaram-se. É alguma coisa consistente. Eu me vacinei.

Da mesma maneira, as campanhas para detectar a hipertensão arterial, no ano passado, cobriram mais de 30 milhões de pessoas. Tudo aqui é com essa magnitude. E, na verdade, graças a isso, foi possível ver que 3 milhões de brasileiros tinham alguns problemas. No dia-a-dia, não fazendo nenhum exame, não se sabe, tem que ver. E esses que têm problemas vão receber um acompanhamento médico gratuito pelo SUS.

Já num outro caso, que é mais conhecido – a prevenção da Aids –, nós conseguimos diminuir o número de mortes de aidéticos, entre 95 e 99, em 50%. Esse dado é mais conhecido porque está fazendo até um pouco de *tour* pelo mundo. Em todas as reuniões internacionais, cito o caso do êxito da campanha de controle da Aids no Brasil. Uma redução de 50% é extremamente expressiva. Isso graças a campanhas. O uso de preservativo aumentou: de 4% para 48%. Quer dizer, é um crescimento espantoso. E a verdade é que nós ainda temos cerca de 630 mil pessoas que são portadoras de HIV, mas isso é metade da projeção que a ONU tinha feito para o Brasil. Na verdade, poupamos 630 mil pessoas de ter HIV, graças à imensa difusão, graças às campanhas, à preocupação com a prevenção e à utilização dos métodos adequados.

Também, evidentemente, ao lado disso, vem o fato de que aqui distribuímos, gratuitamente, medicamentos anti-retrovirais. É um programa custoso, mas tem efeito. Agora que nós temos esse drama na África, o Brasil já está exportando essa tecnologia de combate à difusão

do HIV, que não se baseia, naturalmente, só nas campanhas, como eu disse aqui. Baseia-se também em medicamentos gratuitos e numa coisa muito importante, que é a cooperação das organizações não-governamentais, muitas delas formadas por aidéticos, para que se aumente o grau de consciência quanto ao problema e para que haja uma complementaridade da ação governamental com a ação da própria sociedade.

Também, no caso das mulheres, houve uma campanha forte para a prevenção do câncer do colo de útero. Realmente, nunca tinha havido preocupação com essa matéria. E, no caso dos programas de saúde para as mulheres, o atendimento médico está sendo incentivado. Essa campanha também teve um grande sucesso.

Mas não aconteceu só na saúde não, aconteceu na educação também. Na educação, aqui foi mencionado o Enem—Exame Nacional do Ensino Médio, que teve uma imensa repercussão na sociedade. Em 2001, 1 milhão 600 mil se inscreveram para fazer o exame. Foram 2 milhões neste ano. Por quê? Porque houve comunicação. No começo, houve reação. Sempre é assim, quando se inova. No começo, a reação é negativa. É uma idéia ilusória pensar que nós, seres humanos, gostamos da inovação. Não. A inovação nos deixa inseguros, geralmente a gente prefere não inovar. Então, quem inova, tem que estar disposto a agüentar, no começo, uma reação muito forte. Se não tiver energia para manter a linha, para perseverar, não ganha, porque ninguém quer inovar. O Enem pareceu, parecia ser, sei lá, o que iam fazer? Privatizar a educação. Enfim, inventam mil fabulações, porque o imaginário é fértil para dizer que não há uma inovação. Mas o que acontece é que, neste ano, 2 milhões de estudantes estão fazendo o Exame Nacional do Ensino Médio, que foi, realmente, também, um sucesso muito grande.

Mas não é só isso. O Dia Nacional da Família na Escola foi criado aqui, levando a uma aproximação entre os pais, os mestres e as crianças. Houve aí, também, um grande esforço. O ano passado foi em abril, creio, o Dia Nacional da Família na Escola, e houve um comparecimento de 60% das famílias. Ora, nós temos, nas escolas públicas brasileiras, 35 milhões de crianças — 17 milhões de famílias — e 60% de 17 milhões

são quase a metade disso, 9 milhões de famílias, 10 milhões de famílias foram à escola. Isso só se consegue com uma campanha.

Como é que o Ministro vai fazer? Vai telefonar, vai pedir para o seu gabinete ajudar? Não tem jeito. Quer dizer, ou o Governo utiliza os meios de comunicação ou não faz nada. Fica simplesmente girando, como o peru de Natal, em torno da burocracia. Se nós não queremos isso, se nós queremos um Governo que fale com a sociedade, é por intermédio dos meios de comunicação de massa. E isso custa. Esse custo tem que se pagar, tem que estar no Orçamento, e não adianta botar lá, todo ano, na crítica: “O Governo vai gastar 500 milhões.” Deve gastar mais. É preciso se perguntar se está gastando bem ou mal, se está gastando para comunicar uma coisa que interessa ao País ou se está gastando para a promoção pessoal, isso sim. Agora, se está gastando mais, se tiver o dinheiro e se for uma campanha boa, muito bem, que gastem, que vocês ganhem sua partezinha moderada. (*Neste momento, o Presidente brinca com as agências de publicidade.*) Agora, nós vamos continuar com essa campanha das crianças, das famílias na escola, dia 4, agora.

Mas fizemos uma outra campanha, o Brasil dos leitores. São 60 milhões de livros que distribuimos, livros de literatura. Foi a primeira vez na história do Brasil. Foram 60 milhões de livros de novelistas brasileiros que foram dados, não para a escola, não, mas para a criança, para a família. Eu até falei na televisão porque achei que era um fato que merecia que o Presidente da República dissesse ao País: “Olha, estamos começando a ler, a ler nossos autores.” É preciso que se incentive isso, porque é preciso criar o hábito da leitura. São 60 milhões de livros. Não só precisa ter uma indústria de livros, como uma capacidade de distribuir esses livros e fazer com que, realmente, eles cheguem às mãos das crianças e das famílias e se desenvolva o hábito da leitura.

Em outro setor, que é, por exemplo, de trânsito, nós vemos, hoje, que 55 pessoas morrem, por dia, nas estradas e ruas do Brasil. Isso são oito vezes mais que o número de mortos por causa da Aids. É uma coisa realmente assustadora. E, de cada dez acidentes, nove têm como responsabilidade o comportamento humano. É claro que se pode resolver isso aí melhorando a consciência das pessoas. Nós temos aí o Código de

Trânsito Brasileiro, que foi revigorado, que é novo, e a transmissão, a comunicação desse problema está começando a surtir efeito. Nós tivemos uma redução, no último dado de que disponho aqui, que é de 98, de 12%, quase 13% com relação ao ano anterior, em função de nós termos feito essa campanha de comportamento no trânsito.

Bom, a partir de hoje, graças aos atos aqui praticados e graças ao treinamento que as pessoas vão tendo na gestão dos recursos públicos, vamos ter mais facilidade para que isso funcione de uma maneira adequada.

De modo que só tenho que dar, realmente, os parabéns à Secretaria Nacional de Comunicação Social, à Escola Nacional de Administração Pública e dizer que isso, na verdade, é uma obra de todos nós. Essas mudanças que estão ocorrendo no Brasil são mudanças que a sociedade está, ela própria, assimilando e levando adiante. Ainda precisamos fazer muita coisa, mas é inegável que nós estamos, o Secretário da Comunicação do Governo mencionou e eu quero reafirmar: nós estamos vivendo novos tempos. Quem pode ser do contra acaba tendo que reconhecer, é só comparar o Brasil de hoje com aquele de há dez anos. São novos tempos, esses novos tempos é que estão começando. E, quando começam, eu repito o que disse: é preciso insistir, porque muita gente não gosta dos novos, prefere os velhos tempos. Até que eles cheguem. Aí, não, aí, quando forem comparar, vão ficar assustados. Então, é melhor que não chegue nunca o tempo velho. Tempo novo é um tempo de democracia, é um tempo de comunicação aberta, é um tempo de lisura no trato da coisa pública, de transparência e é um tempo em que nós precisaremos muito, cada vez mais, dos meios de comunicação.

De modo que eu agradeço não apenas o que foi dito aqui, o trabalho do Secretário de Comunicação, dos anteriores Secretários, o trabalho do Doutor Petrônio, da Associação que nos ajudou a levar adiante essas inovações. Agradeço, também, a presença de tantas pessoas aqui, ligadas aos meios de comunicação, que, espero, vão continuar difundindo as boas campanhas pelo Brasil afora.

Muito obrigado.