



C@rtas Ácidas e Críticas: A “ombudsmania” pelas narrativas e visão singular da Campanha de 1998 e do primeiro mandato de Lula

Boanerges Balbino Lopes Filho¹

Universidade Federal de Juiz de Fora, MG

Resumo: A análise da mídia, condutora ideológica da oposição ao governo Lula, ocupa lugar de destaque nos textos produzidos em 1998 e entre os anos 2003 e 2006, período em que o jornalista e professor Bernardo Kucinski atuou junto às caravanas da cidadania e, como assessor especial de Comunicação da Presidência, no primeiro mandato. Escritos diariamente e entregues ao presidente logo cedo, os informativos comentavam de forma direta e crítica os principais temas veiculados nos meios de comunicação e que viriam a ser decisivos na vida do Brasil e dos brasileiros. A proposta do texto, baseia-se na possibilidade de identificar se no meio do ‘tiroteio’ que envolvem relacionamentos entre governo e meios de comunicação, o ombudsman (ou melhor seria ouvidor?) se constitui em agente efetivo de mudanças em uma realidade governamental ou se define como mero apoio para ações de marketing político e eleitoral?

Palavras-chave: cartas; relacionamentos; ombudsman; governamental; mudanças.

1. Introdução

O poder inebria as pessoas. Por isso, a Carta Crítica era importante. Porque quem está perto do presidente fica meio inibido para criticar, às vezes. De falar: “olha, presidente, quem sabe...”

Bernardo Kucinsky

O texto ora proposto traz de imediato uma breve constatação. Bem indicativa da relevância do tema abordado. Das organizações de educação e saúde, passando por

¹Professor da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro(UFRJ). Coordenador de Pós Lato Sensu e Professor Associado da UFJF. Diretor da Abej. E-mail: bblopes@globo.com

shoppings e bancos, a instituição ombudsman (também denominada ouvidoria²), na contemporaneidade, está consolidada em diversos setores, inclusive o governamental. Nem a extinção do cargo de “public editor” (equivalente ao ombudsman), no New York Times, anunciado em maio de 2017 e recebido com críticas pelos profissionais que ocupam a função no Brasil e no mundo foi capaz de abalar a importância alcançada pela função globalmente. De acordo com Camargo e Gomes (1987), a admissão do ombudsman em um universo de diversificados sistemas jurídicos demonstra, de um lado, o extraordinário potencial de universalização do instituto e, de outro, a necessidade de se implementarem os mecanismos clássicos de controle da administração (interno, jurisdicional e parlamentar). Assim posto, dimensionado apropriadamente e, delimitado em período temporal, de lugar e atuação - o espaço governamental e o profissional lá atuante -, tornam-se o objeto principal das reflexões apresentadas. Dados auxiliam a que esta consideração torne-se, um preceito possível de asseverar antecipadamente. Leva-se em conta para tal, a pesquisa³ denominada “Estudo para medir o conhecimento e uso do serviço de ouvidoria entre os brasileiros”, realizada pelo Instituto DataFolha, em conjunto com a Associação Brasileira de Ombudsman/Ouvidoria, ABO, entre 04 e 14 de setembro de 2017, envolvendo 2.076 entrevistas em 149 municípios com pessoas de 16 anos ou mais.

No estudo, constatou-se que a taxa de conhecimento do que se constitui uma ouvidoria é alta, já que dois em cada três brasileiros adultos (67%) já ouviram falar no termo, principalmente, os mais ricos e mais instruídos – entre estes o índice alcança, respectivamente, 82% e 90%. Um outro ponto interessante da pesquisa demonstra que a maioria (71%) nunca estabeleceu contato com alguma ouvidoria por não ter necessidade. Da parcela que precisou buscar apoio em uma ouvidoria ou ombudsman (29%), destacam-se os segmentos dos mais instruídos (52%) e dos mais ricos (46%). Ao serem questionados sobre o motivo principal do relacionamento com um desses setores,

² Historicamente, o ombudsman surgiu como ouvidor, na Suécia, em 1713, apresentado como “representante do Parlamento” e, é possível observar distinções entre os termos conforme foi sendo implantando em países e organizações distintas. Segundo Faria Mendes (2002), muitos meios de comunicação dão outras denominações aos profissionais que realizam o trabalho de ombudsman. Na Espanha (e na maioria dos países de língua espanhola), como El País e La Vanguardia, ele é chamado de “Defensor do leitor”; na França (Le Monde, Le Progres, France 3) de “Mediador”; e em Portugal (Diário de Notícias e Público) de “Provedor dos Leitores”. Mas, a ABO, representante oficial na atualidade dos profissionais que atuam nos setores no Brasil, não distingue entre as denominações, ao definir sua razão social como Associação Brasileira de Ouvidores/Ombudsman.

³ <http://www.abonacional.org.br/files/pesquisa-datafolha-abo.pdf>

atribuíram que foi o de fazer “uma reclamação” e, em 73% dos casos ela foi resolvida. “Pedir informação” foi citado por 21% entre outras respostas menos lembradas. Independente ou não da disponibilidade um núcleo de ombudsman ou ouvidoria, a avaliação da relevância é positiva: para 77%, o trabalho deles é muito importante.

De acordo ainda com o Relatório Geral de Atividades da Ouvidoria da Controladoria Geral da União, (CGU⁴), a ouvidoria pública tornou-se, em pouco tempo, imprescindível para caracterizar a natureza democrática do Estado Brasileiro (COELHO, 2012, pág, 96). De acordo com o documento, de 2003 até meados de 2010, houve um aumento exponencial no número de ouvidorias ligadas direta ou indiretamente aos governos federal, estadual e municipal, sendo no âmbito do Poder Executivo Federal um incremento de 313% em sete anos.

Se as projeções estatísticas indicam positividade nas ações como apontam os estudos, existem polêmicas que demarcam a atuação dos profissionais que porventura optam por funções nos setores. Não é difícil identificar posturas de prepotência e arrogância, segundo usuários que recorrem em busca de soluções. Que se traduzem muitas vezes em manifestações que os definem como “um bando de chatos”. Por exemplo: o primeiro ombudsman de imprensa no país, Caio Túlio Costa, foi indicado, segundo Oliveira Santos (apud FARIA MENDES, 2002, pág, 39), pelo jornalista Leão Serva para ocupar o cargo na FSP, após a recusa de quatro outros profissionais, não apenas por ser um bom secretário de redação, mas sim, por ser considerado entre os colegas, um “chato”. E, não à toa, o jornalista Bernardo Kucinsky, que de 1993, durante as caravanas de cidadania, como voluntário, e até pouco antes do término do primeiro mandato de Lula, em 2005, como assessor da Secretaria de Comunicação do Governo, produziu uma sequência de cartas, inicialmente denominadas “Ácidas” e, posteriormente, “Críticas”, ao exercer atividades correlatas a de um ombudsman ou ouvidor (oficialmente a terminologia não foi utilizada oficialmente durante o período) junto com uma equipe de mais cinco pessoas era assim denominado. Kucinsky expressou publicamente, em algumas ocasiões, que todo governo precisa não só de um, mas de vários chatos: “a tendência é de um governante ver-se rodeado de puxa-sacos.

⁴ Disponível em: http://www.cgu.gov.br/Publicacoes/RelatAtividadesOuvidoria/Arquivos/rela_2003-2010.pdf, de 3/2/2010. Acesso em 1/7/2018.

Daí a importância dos chatos...”. A denominação, inclusive, extrapolou os corredores do Planalto e ganhou a mídia. Em matéria publicada em dezembro de 2005 pela Agência Repórter Social, a jornalista Alice Sosnoswki, se refere ao documento, naquele momento já alterado para “Carta Crítica” e cita o “chato do Kucinski”, tornando assim visível o apelido pelo qual era conhecido nos corredores, em Brasília. No texto, a jornalista a despeito da “chatice” reconhece o resultado do trabalho e escreve que Kucinsky tece comentários sobre as ações do governo, suas repercussões e analisa as matérias da imprensa no que elas trazem de mais interessante: as entrelinhas.

Neste fazer diário, as manifestações de resistência também partem diretamente da imprensa. Alguns jornalistas, ao tecer suas críticas, interpretam que o ombudsman, em seu desempenho também questionador das atividades jornalísticas, tenta “ensinar” jornalismo a quem sabe. Ou que acreditam poder determinar o que é mais importante ou não para os veículos. Na verdade, segundo Lins da Silva⁵ (2006), ombudsman da Folha de S.Paulo de 2008 a 2010, jornalista gosta de criticar. “Mas não de autocriticar-se ou de receber críticas”. Por conta disso, deduz o jornalista e professor, mesmo com o avanço histórico, o instituto do ombudsman se restringe a poucos órgãos jornalísticos numa perspectiva mundial.

Algo que se acentua diante do quadro de precarização na atualidade que abrange de maneira ampla os locais de exercício profissional. E toda uma transformação que vem se processando no século XXI com a expansão tecnológica, a mobilidade digital, mas também mesclada de dificuldades de expansão de postos de trabalho e um aumento da subserviência, o que distancia os profissionais de imprensa dos verdadeiros anseios da sociedade. Kucinsky deixa claro isso em entrevista ao jornal Correio Brasiliense:

Se falamos de jornalismo, é preciso considerar que a mídia clássica dos grandes jornais, diários impressos e o jornalismo clássico, que detinha o monopólio da mediação, estão em crise profunda, talvez terminal. Nesse quadro de crise, o jornalismo brasileiro foi mais afetado do que o jornalismo que nos era referencial. O americano, por exemplo, ou o britânico, ou o francês. Isso se deu porque além da precarização do ofício, a grande mídia embarcou na campanha do golpe, arrastando consigo a maioria de seus jornalistas. A mídia internacional, até por seu distanciamento das paixões

⁵ Texto sem título, publicado na primeira orelha do livro “Ombudsman, o relógio de Pascal”, em edição revista e atualizada com dois capítulos novos. SP: Geração Editorial, 2006, de autoria de Caio Túlio Costa.

locais, viu com clareza o que estava se passando e não embarcou no golpe.
(Entrevista concedida ao Jornal Correio Brasiliense em 23/10/2016).

A grande imprensa brasileira, ainda na opinião de Kucinsky, é parte do bloco de poder. Ela não se distingue. “Quando eu digo bloco do poder, eu não digo quem está governando naquele momento, mas o sistema de forças que mandam nas riquezas do país, nas terras, nos recursos. Por ser parte do bloco do poder, ela não consegue exercer o papel de mediadora, porque ela é o próprio poder”. O que a insere entre características que demarcam a América Latina, onde se destaca o lugar da imprensa no bloco do poder (KUCINSKY, 2014, pág, 20).

Durante um longo período, entre as décadas de 1960 e 1980, estruturas autoritárias predominaram em alguns países, inclusive o Brasil, provocando cerceamento do direito de defesa do indivíduo diante do Estado. Atrelado a um intenso estrangulamento do acesso do cidadão ao controle e avaliação da gestão pública, o aparelho administrativo permaneceu asfíxiado. Mas a história recente tem demonstrado que uma das características básicas da instituição do ombudsman é justamente a postura de guardião dos direitos dos cidadãos da administração pública. Em determinados países, o ombudsman tem se consagrado como um profissional na luta contra o que se popularmente define como "lentocracia" ou “burrocracia” e também na resistência para transpor a tirania burocrática, decorrente da crescente complexidade das instâncias do Estado sobre a sociedade atual. O que gera metaforicamente um ‘tiroteio’ de ideias e ações no campo político, onde se formaliza a indagação primordial sobre o verdadeiro papel por ele exercido: o de um agente de mudanças ou mero marqueteiro?

De acordo com a pesquisadora Juliana de Amorim Rosas (2015), em setembro de 1998, o ex-ombudsman do diário cearense O Povo, jornalista Lira Neto, escreveu um artigo questionando se os leitores consideravam o ombudsman seu representante ou, como pensam alguns críticos, o cargo era apenas uma tática dos jornais para mostrarem ao público que são transparentes. Segundo Lira Neto (2000), se tomarmos como referência a mídia em geral, a pergunta fica no ar: “o representante do leitor não passa mesmo de uma estratégia de marketing para apaziguar os ânimos de leitores indignados?” Rosas, tem seu próprio questionamento: “Afinal, o ombudsman é mesmo

só uma ação estratégica?” Acrescento algumas questões a serem tratadas no transcorrer do texto: no caso da realidade governamental, qual o papel deve desempenhar o responsável por atividades que se relacionam originalmente com o “representante do povo”? Será que a ouvidoria no Brasil, por estar situada no seio da Administração Pública, não tem sua condição de independência funcional duvidosa? A inexistência de um ombudsman nacional é justamente face às características do nosso sistema federativo e outras alegorias? Tentaremos avançar em algumas condições reflexivas.

2. Breve Histórico

Para a imprensa, foi uma belíssima lição. Mas foi uma lição muito dura, porque a função não ganhou o coração da imprensa brasileira.

Caio Túlio Costa⁶

A figura do ouvidor está presente no Brasil desde 1538. O capitão-mor Antonio de Oliveira foi o pioneiro. Nomeado, passou a acumular os dois cargos na Capitania de São Vicente. Mas a onda da ‘ombudsmania’ só foi impulsionada no Brasil quatro séculos e meio depois, a partir dos anos 80, quando o usuário passou a ‘redescobrir’ seus direitos. Direitos não só de consumidor, mas de consumerista⁷, numa onda originada a partir dos EUA. Em 1985, a Rhodia deu o pontapé inicial na área privada e incorporou a função a seus quadros. No ano seguinte surgiu a primeira Ouvidoria Pública em Curitiba (PR), pelo Decreto-Lei nº 215. Nos anos 1990, a Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes/ES) saiu na frente na área de educação, mesmo período em que passou a vigorar o Código de Defesa do Consumidor, reforçando o compromisso das organizações com a cidadania. E conseqüentemente, consolidando a participação do ombudsman/ouvidor na sociedade brasileira.

⁶ Tornou-se, em 24 de setembro de 1989, o primeiro ombudsman da imprensa brasileira, cargo que ocupou até 22 de setembro de 1991.

⁷ Desde meados do séc. XX têm se ampliado por todo o mundo diversos movimentos e organizações de defesa do consumidor que procuram legitimar os seus direitos e contribuir para maior qualidade dos produtos e serviços e, simultaneamente, promover o desenvolvimento sustentável. Portanto, toma-se aqui o termo “Consumerismo” como maneira de designar um tipo de atitude oposta ao consumismo e que se caracteriza por um consumo racional, controlado e responsável, levando-se em conta as conseqüências econômicas, sociais, culturais e ambientais do próprio ato de consumir. Nunes (2016), Giacomini Filho (2008) e outros autores em Portugal e no Brasil adotam o conceito. Disponível em <http://know.net/cienceconempr/economia/consumerismo/> e <https://sustentabilidade.estadao.com.br/noticias/geral.ideias-para-consumir.728055> Acessos em: 18/7/2018.

No caso específico da área governamental, dados do Ipea, apontam que até 2002⁸, no país haviam apenas 40 Ouvidorias vinculadas ao governo federal, número que triplicou em dois anos chegando a 120 organizações em 2006. Segundo estimativa da Associação Brasileira de Ouvidores/Ombudsman (criada em março de 1995), existem hoje, no Brasil, mais de dois mil ouvidores e ombudsmen em atividade. Embora a expansão proporcione a presença de profissionais nas mais diversas áreas possíveis, algumas confusões são observadas. Por exemplo: a figura do ombudsman é identificada com o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC). Também há distorções quando se tenta caracterizar as duas vertentes⁹. Na opinião de alguns profissionais, a diferença não está no nome. A diferença está no objetivo específico de cada setor e de cada órgão: defender um serviço justo para o cliente, defender o cidadão ou defender a qualidade do jornalismo a que o público tem direito.

3. Dúvidas e conflitos

Nunca fui censurada ou pressionada enquanto avaliava o jornal, mas, confesso: é uma situação ruim ter que criticar seus próprios colegas. E, apesar de minha total liberdade, não tenho nenhum poder.

Suzana Singer¹⁰

Apesar do reconhecimento mundial, dúvidas e conflitos provocados sobre a atuação desse profissional permaneçam presentes na mídia e nos governos.

Imprescindível ponderar que pelo fato da Comissão de Estudos Constitucionais não ter considerado efetivamente a proposta de instituição do Defensor do Povo (Ombudsman) no Brasil, a emenda aprovada durante a elaboração da Constituição Brasileira de 1988 descentralizou a Ouvidoria. Com isso, a partir dela, qualquer setor do poder executivo poderia (pode), por lei ou decreto, estabelecer a sua Ouvidoria. Por um lado, a bel-prazer do dirigente, isso fez com que o país ficasse, durante um bom tempo sem contar com instrumentos de defesa dos direitos do cidadão, notadamente no âmbito da administração pública federal. Por outro, se fosse instituída apenas como Ouvidoria Geral, como se pretendia inicialmente, ela se reportaria apenas ao parlamento. Somado

⁸ Disponível em: http://www.trt14.jus.br/Ouvidoria/Historico_Ouvidorias.htm. Acesso em, 3/7/2018

⁹ Didaticamente, as diferenças podem ser observadas em: <http://abordorp.blogspot.com/2009/06/sac-e-ouvidoriaombudsman.html>. Acesso em 9/7/2018.

¹⁰ Ombudsman na gestão 24 de abril de 2010 a 27 de abril de 2014 da FSP.

a isso, deu-se de maneira perceptível, um crescimento desordenado, oscilando entre ações e reações exponenciais de alguns órgãos do Estado, pela instituição de ouvidores e, em outros, notadamente sem qualquer expressividade.

Assim, com e sem legitimação normativa, foram sendo atribuídos formatos institucionais díspares, com os mais diferenciados níveis de autonomia, ou de subordinação, em relação ao gestor. (PINTO LYRA, 2018¹¹). O advogado, ex-presidente da Associação Brasileira de Ouvidores e ex-ouvidor Geral do Estado do Paraná, João Elias de Oliveira, descreve algumas das diferenças que demarcam dificuldades e singularidades em nossas experiências:

Desde as primeiras experiências e no trilhar em busca de um modelo adequado à nossa realidade, a ouvidoria brasileira esqueceu as teorias acadêmicas e as sólidas restrições impostas pelo ombudsman inspirador. Nosso caminho traçou um desenho eficiente e condizente com o cotidiano operacional e cultural dos organismos. Assim, bem claro fica a distinção entre o ombudsman tradicional e a ouvidoria brasileira que, apesar de terem adotado conceitos parecidos e similares nas suas ações operacionais, definitivamente não podem ser considerados como instituições iguais. O diferencial é que o ombudsman transita do lado externo da administração, é uma figura individual e não um coletivo, obrigatoriamente indicado, eleito ou apontado pelo Parlamento, possui independência plena e autonomia de ação, mandato fixado e, na maioria dos países, ocupa-se da defesa dos interesses e direitos dos cidadãos. Nós temos uma configuração diferente. Ao contrário do ombudsman, a quase totalidade das ouvidorias públicas brasileiras tem como característica principal o fato de serem órgãos integrantes da Administração, exercendo as suas ações de modo individual como um Ouvidor ou então como um sistema ou rede, usando a reclamação como garantia do controle interno das instituições. Em seu agir, assume a representação do cidadão na sua qualidade de usuário e destinatário do serviço público. (ELIAS DE OLIVEIRA, 2011)

A experiência vivida durante o primeiro mandato do presidente Lula fez com o professor Bernardo Kucinsky percebesse algo que, enfatiza, só aprendeu dentro do governo e, confirmada em outros países. Se relaciona a seguinte constatação: “um presidente é uma usina de tomada de decisões, ele decide sobre vários assuntos todo o tempo. Precisa de informações para fundamentar essas decisões e para isso nós produzimos sínteses dos noticiários regional, nacional e internacional.” (KUCINSKY, 2011). Kucinsky, no entanto, ressalta que as sínteses precisam ser exatas, descartando-se informações supérfluas, desnecessárias, onde é preciso ter o estritamente necessário

¹¹ PINTO LYRA, Rubens. A OUVIDORIA PÚBLICA: características, transformações e perspectivas. Disponível em <https://bit.ly/2Adhzl6> Acesso em 6/7/2018.

sobre cada assunto. Lembra ainda que há a função de saber o que está sendo dito sobre o governo, acompanhando a mídia.

O ombudsman, associado, paralelamente, a algumas iniciativas dos meios de comunicação, define considerações possíveis e reflexivas para a proposta do texto.

A jornalista Junia Nogueira de Sá, ombudsman da Folha no período 1993-94 (o mandato do ombudsman no jornal é de um ano, podendo ser prorrogado por mais um; o pioneiro foi Caio Túlio Costa), atualmente consultora na Oi, Com consultores, diz que são muitas as dificuldades para o exercício do cargo: ‘Descobri, logo de início, que ser ombudsman significa reservar boa parte do tempo para explicar aos outros o que é ser ombudsman. Principalmente a estudantes e novos leitores’ (LOPES, 2004).

Para Bernardo Ajzenberg¹², que também já ocupou o cargo na Folha, ‘embora mudanças tenham ocorrido há anos, continua sendo muito difícil por parte dos jornalistas, de maneira geral, admitir um mínimo de culpabilidade em relação aos erros, mais ou menos relevantes, cometidos’. Vera Giagrande¹³, que instituiu a função no Grupo Pão de Açúcar, sempre deixou claro que é melhor não ter ombudsman do que manter uma instituição falsa: ‘Um ombudsman só como jogada de marketing pode acabar com a imagem da instituição, pois não se trata apenas de cumprir o código, mas de firmar compromisso com a cidadania, com o papel social do outro’ (LOPES, 2004).

O jornalista Caio Túlio Costa, autor no Brasil do primeiro livro sobre a atividade, “O relógio de Pascal”, diz que mudou a situação do jornalista, não o papel do jornalista. Segundo ele, antes ele era o ator principal. Hoje é o coadjuvante. Caio Túlio destaca que o profissional atua no sentido de ser uma espécie de moderador entre o público e os atos, mas tem uma concorrência que nunca teve. Portanto, hoje, qualquer pessoa pode publicar uma informação ou opinião. Ele considera, assim, como grande vantagem a incorporação do ombudsman no jornalismo, o estímulo à precaução dos profissionais antes de decidirem fazer ou dizer o que não estiver dentro de preceitos éticos e reais. O que só reforça a necessidade de o jornalista continuar fazendo aquilo

¹² Jornalista, escritor e tradutor. Trabalhou em publicações como "Veja", "Gazeta Mercantil" e, na Folha, foi ombudsman de 18 de março de 2001 a 07 de março de 2004.

¹³ Primeira mulher a obter cargo de gerência em relações públicas em uma empresa norte americana. Graduada em Biblioteconomia, Jornalismo e Psicologia Social e Infantil. Ocupou a presidência do Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas, em 1983. Desenvolveu também a prática do ombudsman pelo Grupo Pão de Açúcar, a partir de 1994. O Prêmio Personalidade da Comunicação do Ano 2000 foi a última homenagem pública recebida em vida.

para o qual ele está tecnicamente preparado, que é levantar os fatos de maneira independente, com capacidade objetiva de análise e trazer aquilo para o público. O que reforça a situação do jornalista – ao menos dos que estão comprometidos com a profissão - continuar sendo correto com capacidade e independência. Para Caio Túlio, cuja experiência na FSP foi cercada de algumas polêmicas envolvendo outros profissionais, por exemplo, o jornalista Paulo Francis¹⁴, quando um leitor compra um jornal não vê naquele maço de papel apenas um material descartável, mas essencialmente uma coisa que acrescentará algo a sua vida. ‘Ele se sente gratificado quando liga para seu jornal e percebe que alguém presta atenção a suas críticas. Ele se sente parte do processo e, na verdade, é’.

4. Ácidas e críticas

Eu recebia cada Carta Ácida logo cedo. Quando levantava, a Carta Ácida estava em cima de uma mesa; ela era mandada por computador (...) eu nem precisava ler os jornais, eu lia a Carta Ácida e já sabia as cascas de banana que estavam jogadas no caminho de nossa campanha.

Luís Inácio Lula da Silva

As cartas lidas e que auxiliaram nas reflexões cobrem um período de 27 de julho a primeiro de outubro de 1998¹⁵, tornadas públicas em 2000 e, as compiladas do período de 2003 a 2006 e, reunidas, em um capítulo denominado “Relações com a Mídia”, e publicadas, em 2014, são abordadas neste tópico com algumas inferências. Ambas as coletâneas foram lidas em livros listados nas “Referências”, ao final.

Um panorama de temas abordados pela imprensa no primeiro mandato e de alguns conflitos internos, constavam dos conteúdos: o Fome Zero, o caso Banestado, as CPIs dos Bingos e dos Correios, que investigaram o mensalão; a transposição do Rio São Francisco, a crise da febre aftosa, a economia e, claro, a comunicação. A análise da mídia, condutora ideológica da oposição ao governo Lula, ocupa lugar de destaque. Kucinsky diz que começou a escrever as cartas informalmente em 1994 e passou a sistematizá-las durante as caravanas da cidadania. Foram consolidadas na campanha de

¹⁴ Disponível em: <http://caiotulio.com.br/2009/02/o-salmaa-e-a-sardinha/> Acesso em 2/7/2018.

¹⁵ A primeira carta foi enviada no dia 27 de julho de 1998, quando o assunto quente era o escândalo da falsificação dos medicamentos. A última carta foi enviada no dia 1º de outubro, já no apogeu da crise do Real. Foram 52 cartas ácidas, numeradas de 1 a 50 (com duas numerações repetidas por equívoco, conservadas com a adição de um “a” para não conflitar com os arquivos dos Lula, as de número 16ª e 47ª). (KUCINSKY, 2000, pág.17).

1998. “Ele (Lula) viajava com o jornalista Ricardo Kotscho, e com o agrônomo, professor e escritor José Graziano e eu escrevia diariamente. O objetivo era ele estar a par do que estava se falando sobre política, sobre ele, sobre o PT na mídia” (KUCINSKY, 2000, pág. 15). O “ombudsman” do presidente esclarece como se dava a dinâmica:

A rotina do presidente Luiz Inácio Lula da Silva tem uma constante: a leitura obrigatória, todas as manhãs, de um documento conhecido como "carta crítica". Uma resenha do que saiu na imprensa sobre o governo naquele dia. Nela, o presidente tem acesso a uma análise apurada do noticiário. Recebe críticas, sugestões, advertências e até broncas. Algumas vezes, em seus discursos, Lula reclama da acidez dos que acordam mal-humorados. Nestas ocasiões, ele se refere ao autor da "carta crítica". Além do presidente, poucos colaboradores têm acesso ao conteúdo da resenha. O governo Lula ("decepcionou muito"), a imprensa ("a palavra de ordem é linchar") e os jornalistas na cobertura da crise política ("eles fazem uma cruzada moral"). (KUCINSKY, entrevista concedida a Alice Sosnoswki, da Agência Repórter Social, em Dezembro de 2005)

Já no governo, a partir de 2003, Kucinky estabeleceu a sequência de cartas, rebatizadas de críticas como um trabalho, que estimulasse, via fornecimento de informações analisadas e propositivas, possibilidades para que o presidente e os ministérios visassem a divulgação das ações do governo para a população, além de esclarecer o porquê de certas decisões e ações. Ele explica os motivos que o levaram a alterar a denominação das cartas:

A própria nomenclatura já tem um significado de mudança. O Lula achava que eu era ácido demais e muito mal-humorado, sempre vendo o lado negativo e então, por sugestão dele mesmo, mudamos para uma coisa mais amena, pois você pode ser crítico sem ser pessimista. O nome não mudou só porque ele virou presidente, mas já na campanha de 2002. Ele achou que não podia sair de manhã com raiva da imprensa, pensando mal das coisas, e a carta ácida realmente era ácida. Então, por exigência dele, mudamos o nome para carta crítica. No sentido de ser algo mais propositivo, menos mal-humorado. Começou ali a mudança de postura, uma coisa menos ácida.

As Cartas Críticas, envolveram pelos textos, percepções que vão desde a atuação de ministros, passando pelos posicionamentos de presidentes de empresas até a atuação de Duda Mendonça no governo: "ele atuou dos dois lados do balcão", enfatiza Kucinsky. Em 2002, Duda Mendonça, o marqueteiro da vitoriosa campanha que criou o “Lulinha paz e amor”, dispensou as “cartas ácidas”. Mas elas foram retomadas com a vitória de Lula. Kucinski foi contratado pelo ministro Luiz Gushiken, da Secom.

Redigiu diariamente as cartas críticas até 30 de junho de 2006, pouco antes do final do primeiro mandato de Lula. O jornalista resume um pouco do impacto provocado pelos comentários contidos nas cartas durante o primeiro mandato.

A ideia era ter uma visão independente do que acontecia, que não tivesse comprometida com interesses de um ministro ou de um grupo, e que fosse uma visão para ajudar o presidente a governar. Advertir, alertar sobre algumas coisas, chamar a atenção, resumir. Tinha que tomar cuidado porque não podia criar dissensão gratuita, mas também não podia ser uma coisa água com açúcar, porque senão ele não ia ler. Lembro de uma carta, quando era para decretar o aumento do salário mínimo, o primeiro aumento do governo Lula, e o Palocci (Antonio Palocci, Ministro da Fazenda) não queria de jeito nenhum que aumentasse. Eles tinham aqueles argumentos econômicos, tudo fajuto, que se aumentasse aconteceria isso, a previdência social iria sofrer... Daí, eu fiz o arrazoado mostrando exatamente o contrário. Que isso ia fazer bem até para as finanças. Teve vezes que o Palocci pediu minha cabeça. De cada três ou quatro cartas, tinha uma contra o Palocci. Ele já entrou no governo como o homem dos bancos e a primeira coisa que ele fez foi dar um cavalo de pau na economia. Tanto que, nos primeiros dois anos do governo Lula, a economia afunda. Ele era o cavalo de Tróia do governo. Eu sempre tive essa percepção. Ele não pertencia ao ideário do PT, por isso eu o combati. (KUCINSKY. Entrevista concedida ao Diarinho em 25/6/2012).

Se o relacionamento do presidente com a mídia foi um dos pontos recorrentes nas cartas – vide caso do jornalista do New York Times, Larry Rohter¹⁶ -, já que, segundo Kucinsky, o sistema de comunicação do governo era inadequado, onde a ausência de entrevistas formais e os contatos não foram permanentes com os jornalistas nos dois primeiros anos, internamente ele teve que lidar com algumas situações polêmicas e delicadas. Em ocasiões, reconhece, exageros ocorreram. Afirma, que as cartas não eram neutras nem ingênuas: “era um exercício duro e consciente que só não foi desautorizado por Lula porque tomávamos extremo cuidado nas informações e caprichávamos nos seus conteúdos didáticos.” (KUCINSKY, 2014, págs 12-20). Lula, de acordo com Kucinsky, via vantagens de ter esse instrumento. Dava a ele uma alavancagem nas reuniões e nos encontros com ministros. Certa ocasião, o embate se deu com o então presidente da Radiobrás, jornalista Eugênio Bucci. Em 2008, ele usou

¹⁶ Expulsão de jornalista do NYT repercute no mundo. Disponível em: <https://bit.ly/2JPHaGV> Acesso em 12/7/2018; Jornalista do "NYT" se retrata, e governo revoga expulsão. Disponível em: <https://bit.ly/2ObuX2y> Acesso em 12/7/2018.

páginas do livro “Em Brasília, 19 horas”, para tecer críticas às cartas e ao próprio Kucinsky. Houve repercussão em veículos de comunicação¹⁷.

Bucci discute as “Cartas Críticas”, uma análise diária sobre mídia que Bernardo Kucinski, então assessor de Lula, escrevia para o presidente. Bucci se indignou com duas referências negativas de Kucinski à Radiobrás. A primeira coisa a notar é que a reação de Bucci foi imediata: ele, que se diz um democrata, tratou de propor o afastamento de seu crítico do Conselho da Radiobrás logo depois da primeira crítica, uma atitude típica do discurso autoritário que ele diz denunciar. A primeira manifestação de Kucinski foi em dezembro de 2004 e criticava a Radiobrás por não ter mandado alguém ao Haiti cobrir o envio de novas tropas brasileiras àquele país: “Se não desenvolvermos e não disseminarmos a nossa visão dos fatos, perderemos a batalha da informação”. (KAMEL, Ali, 2008)

5. Considerações finais

Pelas cartas, Kucinsky não só foi propositivo como claramente influenciou em decisões do próprio presidente a ponto de Luiz Dulci¹⁸ afirmar que o informativo havia se tornado para Lula “a única janela para o mundo”. É possível perceber concordâncias entre o que as cartas recomendavam e o que ocorria como ações em dias posteriores (KUCINSKY, 2014, págs. 21 e 22). Além disso, o “ombudsman” do presidente deixou propostas antes de deixar o governo que o distanciam de um mero agente de marketing, entre as quais, a do vale-jornal, que daria a todo cidadão sem recursos suficientes um vale para receber o jornal de sua preferência, a do programa de apoio à consolidação de veículos sem fins lucrativos e a de criar um sistema de comunicação pública que permanece não existindo. Para Kucinsky, “aquele sistema que atenda a necessidade do Estado de se comunicar. Ainda mais quando a imprensa oligárquica é muito hostil a um governo popular”.

O ex-presidente Lula, após a campanha de 1998, sugeriu que as “Cartas Ácidas” fossem publicadas. Disse que mais do que auxiliar os candidatos do partido, elas poderiam permitir que se acompanhasse com atenção o tipo de jornalismo que se faz no Brasil: “quando você assiste um programa de TV, ouve noticiário no rádio, lê um

¹⁷ KAMEL, Ali. Chapa Branca, artigo publicado em O Globo, 21/4/2008. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/in/chapa-branca-3976034> Acesso em 12/7/2018.

¹⁸ Ministro-chefe da Secretaria-Geral da Presidência da República durante os oito anos de governo Lula. Atualmente, como diretor do Instituto Lula, é responsável pela Iniciativa América Latina. Um dos fundadores do PT, membro da primeira Executiva Nacional. Fez parte da primeira bancada de deputados federais do PT (1983-1987). Presidiu a Fundação Perseu Abramo (1996-2003). Foi um dos coordenadores da campanha de 2002 e vice-presidente e Secretário-Geral do PT.

artigo, você em a impressão que está num país onde a imprensa age democraticamente, onde a imprensa é livre, onde se tem acesso a tudo. Mas, infelizmente não é assim e as Cartas mostram isso”.

Lula acredita que o legado pelas cartas pode alertar pessoas mais novas, que estão militando politicamente ou estudando nas universidades.

Referências

- BERTRAND, Claude-Jean. **O arsenal da democracia, sistemas de responsabilização da mídia**. Bauru(SP): Edusc, 2002.
- BUCCI, Eugênio. **Em Brasília, 19 horas** - a guerra entre a chapa-branca e o direito à informação no primeiro governo Lula. RJ: Editora Record, 2008.
- CAMARGO E GOMES, Manoel Eduardo Alves. **A institucionalização do ombudsman no Brasil**. Revista de Direito Administrativo (e-ISSN | 2238-5177). V. 167, RJ: FGV, 1987. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rda/article/view/45462/43868> Acesso em 16/7/2018.
- COELHO, Sylvia Regina dos Santos. **Representatividade e representações em ouvidorias públicas**. IASBECK, Luiz Carlos Assis. Ouvidoria, mídia organizacional. Porto Alegre (RS): Sulina, 2012.
- COSTA, Paula Cesarino. **De que vale a função de ombudsman?** SP: OI: Edição 971, de 18/12/2017. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/edicao-brasileira-da-columbia-journalism-review/de-que-vale-funcao-de-ombudsman/> Acesso em 16 de julho de 2018.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério; GONZAGA MOTTA, Luiz (orgs.). **Observatórios de mídia** - olhares de cidadania. SP: Paulus, 2008.
- FARIA MENDES, Jairo. **O ombudsman e o leitor**. Belo Horizonte (MG): Editora O Lutador, 2002.
- GIAGRANDE, Vera e FIGUEIREDO, José Carlos. **O cliente tem mais do que razão: A importância do ombudsman para a eficácia empresarial**. 2.ed. São Paulo: Editora Gente, 1997.
- GOMES DE MATOS, Gustavo. **A cultura do diálogo**. RJ: Elsevier, 2006.
- IASBECK, Luiz Carlos Assis (org). **Ouvidoria, mídia organizacional**. Porto Alegre (RS): Editora Sulina, 2012.
- INTERVOZES - Coletivo Brasil de Comunicação Social. **Sistemas públicos de comunicação no mundo** - experiência de doze países e o caso brasileiro. SP: Paulus, 2009.
- KOTSCHO, Ricardo. **Do golpe ao Planalto** - uma vida de repórter. SP: Companhia das Letras, 2006.

KUCINSKI, Bernardo. **Cartas a Lula** – o jornal particular do presidente e sua influência no governo do Brasil. RJ: Edições de Janeiro, 2014.

_____. **As cartas ácidas da campanha de Lula de 1998**. SP: Ateliê Editorial, 2000.

_____. **Sobre as Cartas a Lula**. Agência Carta Maior. Data da publicação: 30/1/2015. Disponível em: <https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Politica/Sobre-as-Cartas-a-Lula/4/32754>. Acesso em 17/7/2018.

LIRA NETO. **A herança de Sísifo**: Da arte de carregar pedras como ombudsman na Imprensa. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2000.

LOPES, Boanerges. **‘Ombudsmania’ chega à TV**. Artigo originalmente publicado no Portal Observatório da Imprensa, na edição 297, de 5/10/2004. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/ombudsmania-chega-a-tv/> Acesso em: 2/7/2018.

MEDEIROS, Lydia. **Livro reúne cartas com análise do noticiário enviadas diariamente a Lula no primeiro mandato**. Artigo: RJ: O Globo, edição de 16/11/2014. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/livro-reune-cartas-com-analise-do-noticiario-enviadas-diariamente-lula-no-primeiro-mandato-14574212>. Acesso em 17/7/2018.

MANSO LOPES GOMES, Marcos Vinicius. **A função ombudsman da Defensoria Pública na cracolândia**. Tribuna da Defensoria: edição de 6/6/2017. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2017-jun-06/tribuna-defensoria-funcao-ombudsman-defensoria-publica-cracolandia>. Acesso em 16 de julho de 2018.

MARCON, Franciele; KIENAST, Martha. **O entrevistado do Kucinski**. Entrevista concedida em 25 de junho de 2012. Disponível em: <http://www.deolhonacapital.com.br/2012/06/25/o-entrevistado-do-kucinski/> Acesso em 7/7/2018.

MARINGONI, Gilberto; MEDEIROS, Juliano (orgs.). **Cinco mil dias, o Brasil na era do lulismo**. SP: Boitempo/Fundação Lauro Campos, 2017.

MARTINS, José de Souza. **Do PT das lutas sociais ao PT do poder**. SP: Editora Contexto, 2016.

ROSAS, Juliana de Amorim. **O ombudsman entre liberdades, políticas e estratégias**. SP: Revista semestral do Centro Interdisciplinar de Pesquisa da Faculdade Cásper Líbero – ISSN 1676-3475, Volume 15 – Nº 1 – 1º Semestre de 2015.

SINGER, André; GOMES, Mário Hélio; VILLANOVA, Carlos; DUARTE, Jorge (orgs.). **No planalto, com a imprensa** – entrevistas de secretários de imprensa e porta-vozes: de JK a Lula. Recife (PE): Fundação Joaquim Nabuco, Ed. Massangana/Brasília (DF): Secretaria de Imprensa – SECOM, Presidência da República, 2010.

SOARES, Nicolau. **Por uma comunicação pública de verdade**. SP: Portal Revista Fórum, entrevista concedida em 19/9/2011. Disponível em: <https://www.revistaforum.com.br/por-uma-comunicacao-publica-de-verdade/> Acesso em 12/5/2017.

SOSNOSWKI, Alice. **Bernardo Kucinski**: Lula eliminou a necessidade da imprensa. Entrevista realizada em dezembro de 2005. Agência Repórter Especial. <http://www.elsonrezende.com.br/comtextos.php?id=55>. Acesso em 16/6/2018.

TAVARES, Maurício. **Comunicação empresarial e planos de comunicação** – integrando teoria e prática. SP: Editora Atlas, 2007.

TÚLIO COSTA, Caio. **Ombudsman** – o relógio de Pascal. SP: Geração editorial, 2006.

VELOSO, Maria do Socorro Furtado; CABRAL, Ticianne Maria Perdigão. **Mérito - Crítica e convicção na obra do jornalista Bernardo Kucinski**. Bibliocom: Revista editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom: Ano2, v.4, edição bimestral, julho e agosto de 2009. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/bibliocom/article/download/1559/1532>. Acesso em 12/7/2018.

VIEIRA, Geraldinho – **São super-homens os jornalistas?** SP: Summus editorial, 1991.