

A Culpa da Comunicação

Pode parecer mau gosto - diante da esquilada guerra que a TV trouxe para dentro de nossas casas - afirmar que o bigode de Saddam Hussein tenha alguma coisa a ver com a deflagração dessa tragédia.

Mas tem. Norte-americanos não usam bigode. E não confiam em gente que use.

É significativo que a cerimônia do Oscar tenha desfilado sua desimportância diante de audiências menores - ocupadas em assistir à guerra - justamente na semana passada. Pois é Hollywood que nos proporciona a evidência desse preconceito: nos filmes antigos, que revemos pela TV, o vilão é sempre gordo (outra cisma) e ostenta vultosa bigodeira. Nos westerns mais antigos - antes que houvesse tantos hispânicos vivendo nos EUA e surgisse o conceito do politicamente correto - mexicanos bigodudos eram sempre bandidos.

Depois da destruição das torres de Nova Iorque, bin Laden, o inimigo mais provável (cuja culpa, by the way, nunca foi comprovada), além do bigode, tem barba e usa turbante. Na busca de uma vingança rápida, sem achar bin Laden, os EUA derrubaram o regime dos impopulares talibãs e arrasaram o Afeganistão, um dos países mais miseráveis do mundo, com PIB per-capita inferior do do Haiti.

Mas essa primeira ação mesquinha não foi suficiente. Era preciso algo mais substancial, contra um inimigo que tivesse cara de inimigo: Saddam Hussein, com sua bigodeira. Se o presidente, ditador ou rei do Iraque tivesse a cara de Ariel Sharon, o país estaria a salvo.

Mais de metade dos americanos acreditam que foi Hussein que mandou destruir as torres. Não admira que 80% apoiem o presidente e sua guerra de retaliação preventiva.

Chama-se clichê, essa praga da comunicação. Ou estereótipos, na terminologia psicológica.

Mais do que mero ruído, o clichê - ou lugar-comum - é um feroz inimigo da boa comunicação. Pense em português, turco, petê, corintiano, pitbull, senhorio, evangélico, negro e - claro - propaganda e marketing e faça um teste do que está no top of the mind das pessoas. Quase dá para adivinhar.

A má comunicação é responsável por metade dos problemas do mundo. A outra metade é consequência da generalizada dificuldade que as pessoas têm para relacionar causa e efeito.

PENTEADO, J. Roberto Whitaker. A Culpa da Comunicação. **JRWP - J. Roberto Whitaker Penteadó**, Rio de Janeiro, abr. 2003. Disponível em <http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=390&ID=142>. Acesso em: 5 mar. 2010.