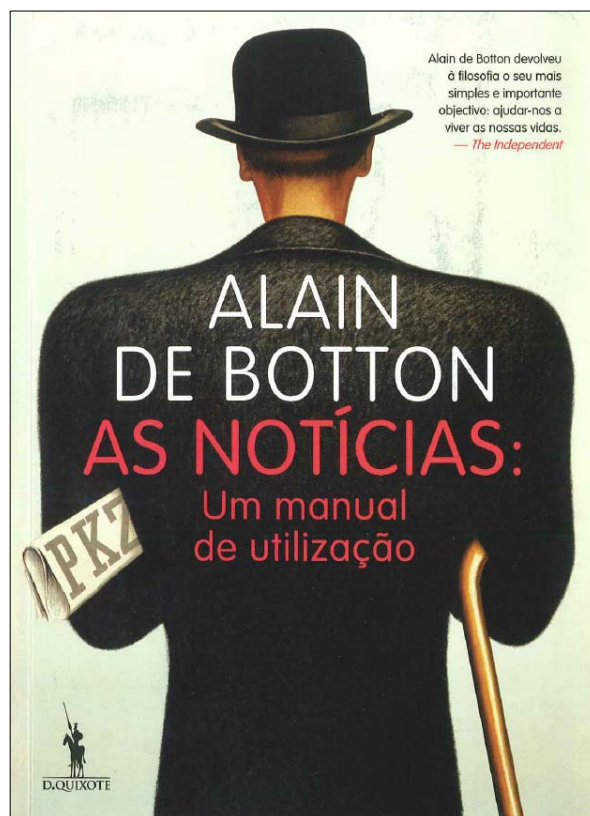


Um manual essencial para quem anda sobrecarregado de informação

Mário Beja Santos¹, beja.santos@dg.consumidor.pt

O paradigma digital acelerou à escala mundial o mercado de notícias, mercado rendoso para atrair bilhões de pessoas a correrem para o televisor ou para o computador a fim de saber o que há de novo em catástrofes, epidemias, dramas amorosos dos deuses de audiência, atentados... É assim que o ébola destrona a Síria e esta a Ucrânia, o estado de exaltação exigido pelas notícias impõe limites às nossas emoções. *As Notícias: Um manual de utilização* é o mais recente livro de Alain de Botton (Publicações Dom Quixote, 2014), uma estupenda análise dessas notícias que ocupam uma posição dominante nas nossas vidas. Nesta obra, Alain de Botton submete ao crivo 25 notícias-padrão – desde um acidente aéreo a um assassinato, passando por uma entrevista a uma celebridade e por um escândalo político. Trata-se de uma emocionante viagem cheia de questões, como sejam: *Como*



é que as histórias de tragédias conseguem ser frequentemente estimulantes? O que explica que as histórias de amor das celebridades sejam tão atraentes? Por que é que gostamos que os políticos caiam em desgraça?

Vivemos permeáveis à educação para a arte, à educação ambiental, à educação cívica, mas parece que ninguém se sente interessado em instruir-nos acerca das palavras e das imagens que nos são oferecidas de hora a hora pelos noticiários. O autor explica este seu trabalho como uma tentativa de complicar um hábito que na realidade tem vindo a parecer um bocadinho normal que é a impregnação das notícias como se não precisássemos de ajuda para as escrutinar. Ele vai falar de política, das notícias que escorrem dos canais e das emissoras de todo o mundo, da celebridade, da economia e até do consumo, toca imensas teclas. Provoca-nos, como se nos sacudisse pelos ombros:

«Um ditador contemporâneo que queira consolidar o seu poder não precisará de fazer nada tão sinistro como proibir as notícias. Terá apenas de se assegurar de que os meios de informação difundem um fluxo de boletins de tom aleatório, em grande número mas com pouca explicação do contexto, no âmbito de uma agenda que esteja sempre a mudar, sem

¹ Aposentado na categoria de Técnico Superior da *Direcção-Geral do Consumidor*, Professor do Ensino Superior, autor de livros e artigos nas áreas das políticas de consumidores e qualidade de vida.

dar qualquer sentido da relevância para o momento de um assunto que tinha parecido premente ainda bem pouco tempo antes».

Provocador, cáustico e parecendo insinuar que as nossas democracias estão controladas por estas máquinas alienantes de notícias em catadupa. Lança mensagens para o jornalismo, também o sacode pelos ombros:

«O jornalismo tem sido demasiado modesto e avaro ao definir como seu propósito a mera fiscalização de certos tipos de poder; uma definição que tem restringido nocivamente a sua conceção de si próprio e do seu papel na sociedade. Não é apenas um braço de facto da polícia ou da autoridade fiscal; é, ou devia ser, um governo no exílio que estuda todas as questões da vida nacional com vista a sugerir maneiras de construir um país melhor».

Mas não se fica por aqui nos seus apelos à deontologia:

«Precisamos de uma informação que desperte o nosso interesse nos acontecimentos permanecendo aberta a algumas das lições de arte, uma informação que deixe os poetas, os escritores de livros de viagens e os romancistas transmitirem aspetos das suas artes aos jornalistas, de modo a que não tenhamos tantas vezes de passar alegremente ao lado das menos evidentes belezas e tragédias do planeta».

A propósito da economia, alerta-nos para o zelo da seriedade, para o rigor deste campo específico da produção noticiosa:

«Os dados económicos podem destroçar o sentido de escala em que normalmente nos fiamos por nos fazer sentir que as nossas vidas têm significado ou esperança. O nosso sentimento de ter um propósito pode ser esmagado pelas dimensões inimagináveis do sistema em que a economia nos revela existirmos: um sistema em que o PIB do mundo está em 70 biliões de dólares, o mercado mundial de obrigações vale 100 biliões de dólares e o mercado de derivados 791 biliões, em que a dívida mundial é medida em 50 biliões de dólares, a dívida da UE em 17 biliões e a dos Estados Unidos em 16 biliões. Em que mil milhões de pessoas vivem na pobreza enquanto uma elite constituída pelos 2% mais ricos é dona de mais de metade de toda a riqueza».

Mais adiante, a propósito da inveja, sentencia: «A comunicação social devia ajudar-nos a lidar com os nossos sentimentos. Não devia pretender que é normal presentear o público com repetida prova das realizações dos mais enérgicos e inventivos membros da sua espécie e não esperar que as pessoas acabem por ficar um pouco destrambelhadas com isso». Sendo um filósofo, discorre sobre normas, princípios e sentimentos, e é assim que observa a vontade de ser famoso:

«A verdadeira causa da cultura da celebridade não é uma superficialidade narcisista, é um défice de generosidade. Uma sociedade em que toda a gente quer ser famosa é uma sociedade em que, por uma variedade de razões essencialmente políticas, ser vulgar não proporciona o grau de respeito necessário para satisfazer o apetite natural da dignidade das pessoas. Na medida em que o mundo moderno é obcecado pela celebridade, vivemos não tanto em tempos superficiais como em tempos desapiedados. A fama tornou-se um meio para alcançar um fim, o caminho mais direto para um género de respeito que poderia de outro modo ser ganho de maneiras diferentes. Se queremos diminuir a ânsia pela fama, devíamos começar a pensar em maneiras de tornar a bondade, a paciência e a atenção mais largamente disponíveis, especialmente para os jovens».

Leitura que nos proporciona uma outra maneira de olhar as notícias, estimulando a responsabilidade e minorando o sensacionalismo e a trepidação noticiosas.