

www.uc.pt/  
 imprensa\_uc  
 CONTACTO  
 imprensa@uc.pt  
 VENDAS ONLINE  
 http://livraria-  
 daimpresa.uc.pt  
 JANEIRO 2015

# 20 ANOS

## DE JORNALISMO CONTRA A INDIFERENÇA

Organização Ana Teresa Peixinho, Carlos Camponez, Isabel Vargues, João Figueira

TEXTOS DE

Marc Lits, Adriano Duarte Rodrigues, Tito Cardoso e Cunha, José Augusto Mourão, Alberto Pena Rodríguez, Maria Augusta Babo, Daniel Cronu, João Pissarra Esteves, Gilles Gauthier, Heloísa Paulo e Luís Reis Torgal, Alfredo Barroso, António Fidalgo, Noël Nel, João de Almeida Santos, Juan Luis Cebrián, António Dias Figueiredo, Marina Themudo, Jorge Sampaio, Nelson Traquina, Mário Soares

O livro que agora se apresenta, nasce de dois desígnios fundamentais: por um lado, celebrar duas décadas de ensino do Jornalismo na Universidade de Coimbra e, por outro, partilhar com um público mais alargado um conjunto de reflexões sobre os *media*, o jornalismo, a comunicação e o espaço público.

Se o ensino superior do Jornalismo em Portugal, relativamente tardio em relação ao resto da Europa, deu os seus primeiros passos no fim dos anos 70 do século passado, ele aparece apenas duas décadas depois na academia coimbrã. Contudo, esta foi, no contexto nacional, a primeira licenciatura em Jornalismo, distinguindo-se, quer em título, quer em objetivos, das licenciaturas então existentes no país. A criação de uma Licenciatura em Jornalismo na Universidade de Coimbra, em 1993-1994, foi, por si, um acontecimento. Com efeito foi necessário que reitor, professores e jornalistas ousassem atualizar a oferta curricular da Faculdade de Letras, oferecendo um curso

há muito desejado pela sociedade e pelo mercado, embora desconsiderado por alguns setores da academia. Correndo o risco de omitir alguém, a quem antecipadamente pedimos desculpa, não podemos deixar de recordar os esforços dos jornalistas João Mesquita, João Fonseca, em representação

---

*Todas as gerações, sem dúvida, se julgam para refazer o mundo. A minha sabe, no entanto, que não poderá refazê-lo. A sua tarefa é impedir que se desfaça, unicamente das suas negações*

A. Camus, *Discursos da Suécia* (1957)

---

do Sindicato dos Jornalistas, e de Jorge Castilho, a quem mais tarde se viria associar o nome de Mário Martins, bem como o do então Reitor da Universidade de Coimbra Rui Alarcão, e dos professores João Roque e Luís Reis Torgal. Entre 1993 e 1996, a Licenciatura em Jornalismo funcionou com um Secretariado, que teve um papel executivo e científico nos primeiros tempos do curso na FLUC. Presidido pelo Presidente do Conselho Científico Ludwig Scheidl, este

# Jornalismo, Política e Democracia\*

Alfredo Barroso

Jornalista

## 1.

Costumo citar, a propósito da gravíssima crise que estão a atravessar as chamadas «democracias ocidentais» (e não só) desde 2008, um livro publicado em 1996 que fez história: *A armadilha da mundialização e a agressão contra a democracia e a prosperidade*.

Os seus autores – dois jornalistas da revista alemã *Der Spiegel*, Hans-Peter Martin e Harald Schumann – começam por relatar um encontro realizado em setembro de 1995, no famoso hotel *Fairmont*, em São Francisco (Califórnia), sob os auspícios de Mikhail Gorbatchev e da sua Fundação (financiada por mecenas americanos), em que terão participado cerca de 500 políticos, empresários, gestores, tecnocratas, economistas e cientistas de primeiro plano, convidados a refletir sobre o século XXI e a *marcha rumo a uma nova civilização*.

Nesse autêntico «*brain-trust* global» de poderosos, destacavam-se figuras como os antigos dirigentes políticos mundiais Margaret Thatcher, George Bush (pai), George Schulz, Zbigniew Brzezinski, alguns magnatas como Ted Turner, Washington SyCip, John Gage, e vários economistas professores em Stanford, Harvard, Oxford e outras universidades famosas.

Todos concordaram que os governos e as regras por eles impostas ao mundo do trabalho estavam a perder significado e importância, e que a ideia da existência de *legiões de desempregados potenciais ainda insuspeitadas* já era para eles uma evidência (isto nos anos 90 do século passado, note-se).

Na base dessa evidência estava a convicção de que, no século XXI, apenas dois décimos da população ativa global seriam suficientes para manter a atividade da economia mundial. *Não será necessária mais mão-de-obra*, salientou o magnata asiático Washington SyCip.

O que ajuda a perceber uma curiosa expressão – *tittytainment* – inventada por Zbigniew Brzezinski, antigo conselheiro de Segurança nacional do presidente norte-americano James Carter.

Trata-se de um neologismo resultante da combinação das palavras *entertainment* (entretenimento) e *tits* (tetos, no calão americano). Neste caso, a

---

\* Conferência proferida na FLUC em 2014.

palavra «tetas» não é propriamente uma alusão sexual, mas uma referência ao leite que escorre de um peito que amamenta, ou seja, que alimenta.

O objetivo é preparar – como salientam Hans-Peter Martin e Harald Schumann – um *cocktail* de entretenimento embrutecedor e de alimentação suficiente, que consiga manter o bom humor, o estômago satisfeito e a tranquilidade da população frustrada do planeta.

A questão é esta: como é que a quinta parte mais afortunada da população do planeta conseguirá manter entretida, e minimamente alimentada, a população supérflua que resta, isto é, quatro quintos dos habitantes do planeta?!

Respostas não faltam. Desde as televisões privadas (a transmitir continuamente programas excitantes e aviltantes); passando pelos espectáculos desportivos profissionais mais populares (como futebol); pela produção de milhares de filmes de baixo custo e baixa qualidade; pelo voluntariado a favor de coletividades; pela prestação de serviços de proximidade; pela prática de atividades desportivas amadoras e participação em associações de todo o tipo (nalguns casos auferindo remunerações modestas); e, inclusive, pelo trabalho de varrer as ruas a troco de remunerações irrisórias; ou por trabalhos domésticos como contrapartida de alojamentos miseráveis.

Este é, em suma, o *admirável mundo novo* que plutocratas e tecnocratas já prometiam às populações em finais do século passado, ou seja: um modelo global assente na fórmula *um quinto/quatro quintos*, isto é, na emergência de uma *sociedade dos dois décimos* na qual será preciso recorrer ao *tittytainment* para que os *oito décimos* restantes, postos à margem, se mantenham entretidos e tranquilos.

## 2.

A transformação do mundo em espectáculo é a característica dominante da comunicação social do nosso tempo, sobretudo da televisão. Como o salientaram já vários autores, toda uma parte do conhecimento, dos saberes, da reflexão, da abstração, do raciocínio, da capacidade de ajuizar, vai desaparecendo em proveito da emoção, do epidérmico, do reativo, do imediatismo e da simplificação. Tudo é «modelado» para ser mostrado aos telespectadores – que querem ver tudo. E assistimos, assim, à *espectacularização* do mundo.

Num excelente «dossier» sobre a televisão (publicado em França, em 2010) integrado numa obra coletiva intitulada *Divertir pour Dominer – la Culture de Masse contre les Peuples*, salienta-se que, no espaço de algumas décadas, a televisão adquiriu o monopólio da produção de sentido, da norma social e do ima-

*ginário coletivo, ao mesmo tempo que as instituições políticas e religiosas se foram afundando.*

É a televisão que assegura a ligação e se torna o principal espaço de reconhecimento social. É a televisão que modela as representações simbólicas. Claro que as representações são inerentes à humanidade, mas quando essas representações se substituem à realidade e se tornam o único acesso ao mundo para a maioria da população, assistimos a uma autêntica mutação antropológica.

Como se sabe, a televisão é um fluxo incessante de imagens, e a difusão dessas imagens em contínuo é a sua razão de ser. Esta ideologia da comunicação coloca a representação como um imperativo absoluto. O que não pode ser representado não existe. Para existir é preciso, pois, ser “representável”, poder traduzir-se em imagens, caber nos formatos audiovisuais. O telespectador quer ver tudo, reclama o acesso a uma quantidade astronómica de programas, que lhe conferem, por assim dizer, o estatuto de todo-poderoso face ao mundo – sentado em casa. Esta ideologia do «ver tudo», de uma enganadora «transparência», adequa-se perfeitamente a uma sociedade de controlo generalizado.

De facto, a intimidade «televisiva» com os outros, por interposto ecrã, torna a maioria das pessoas indiferente àquilo que as cerca. Essa comunicação por ecrãs interpostos permite às pessoas entrarem em contacto umas com as outras sem correrem o risco de se encontrarem. Assim se previne a dificuldade das relações humanas. E a “conexão” torna-se o paradigma do contacto social.

Por outro lado, como o fluxo de imagens é incessante, uma imagem afasta a outra e o zapping impõe-se em todos os domínios da vida: *A aceleração global do mundo, e a sua virtualização, afastam o indivíduo do mundo real e das suas possibilidades de intervir nele. O indivíduo sente-se indiferente e, na melhor das hipóteses, impotente.*

Em 2010, ver televisão era a terceira actividade dos Ocidentais, depois do trabalho e do sono (terá subido porventura alguns pontos percentuais com a crise e o aumento do desemprego). Em casa, o televisor ocupa um lugar central em torno do qual se organiza a vida doméstica. Mas, depois de terem ocupado o espaço doméstico, os ecrãs de televisão invadiram também os espaços públicos (aeroportos, gares, montras, praças, restaurantes). Tanto em casa como no exterior, esses ecrãs isolam e «fecham» as pessoas.

O «sistema ideológico desportivo» também é parte integrante da transformação do mundo em espectáculo. E, longe de ser um gerador de laços sociais, foi-se transformando em promotor da ideologia da concorrência generalizada, espicaçando o individualismo tão caro à ideologia ultraliberal. O papel dos órgãos de comunicação social tem sido, também neste domínio, crucial.

A concorrência é o princípio fundador do desporto profissional de alta competição: os praticantes confrontam-se uns com os outros, mas, além disso, são comprados, vendidos, trocados como quaisquer outras mercadorias. No futebol profissional, por exemplo, como em outros desportos de alta competição, impera o *darwinismo social*: *só os mais fortes sobrevivem*. O que funciona como exemplo para as empresas.

Nas competições profissionais por equipas, como o futebol, o «coletivo» é essencialmente concebido como a soma dos interesses individuais dos jogadores. O que cada um deles pretende é salientar-se do grupo, para ser considerado, por exemplo, o melhor desportista do ano, e ver substancialmente aumentados o seu salário e o seu valor de troca. E os jornalistas desportivos repetem até à exaustão (como no caso do Cristiano Ronaldo): *Ele trabalhou muito para poder ganhar*. A palavra-chave é «ganhar». E ser «ganhador» é um termo característico, quer do desporto profissional, quer do mundo empresarial.

O desporto profissional passou a fazer parte, durante as últimas décadas, do *círculo privilegiado das fábricas de fazer dinheiro e dos paraísos fiscais mais frutuoso, possuindo um mercado próprio e os seus circuitos financeiros com vista a acumular cada vez mais lucros*.

A deriva ultraliberal do desporto profissional é uma evidência, com a poderosa e multimilionária FIFA a servir de exemplo. Tal como é evidente a deriva cultural, com as televisões a apresentarem o futebol envolvido na embalagem de uma «cultura universal», incitando os telespectadores a *adular o espectáculo da mercadoria desportiva* (como dizia Guy Debord) e a participar – em casa, no estádio e na rua – na chamada *feira popular do pontapé na bola*. Para já nem falar da deriva sanitária constituída pelo doping; ou da intoxicação desportiva produzida por jornais, jornalistas e comentadores; ou do integrismo vociferante e patético da maior parte dos adeptos da bola.

### 3.

É precisamente neste cenário que assume particular importância o papel político desempenhado pelos grandes órgãos de comunicação social – quase todos propriedade de poderosos grupos empresariais e de plutocratas em nome individual – na orientação e manipulação (ou, eufemisticamente, na «modelação») das sociedades democráticas, com vista a impor aquilo que vários sociólogos designam por *ideologia do realismo incontornável*, que não passa de uma máscara para dar a impressão de que se trata de uma fotografia da realidade.

Os que manipulam não hesitam em afirmar, quando se fala de tirania do «pensamento único», que *não é o pensamento que é único, é a realidade*. E por isso não é possível pensar coisa diferente daquilo que essa realidade transmite como sendo uma evidência – tanto no que diz respeito à natureza, como a propósito da realidade dos mercados, a que temos de nos submeter.

Garantem-nos, por exemplo, que *não será possível evitar o recurso aos Organismos Geneticamente Modificados (OGM)* ou que *os mercados financeiros são incontornáveis*. E querem assim obrigar-nos a aceitar este mundo que nos impõem como sendo o único possível, através dessa *ideologia do realismo incontornável*, que desencoraja a procura de alternativas para transformar esse mesmo mundo.

Tentam, em suma, fazer crer à generalidade das pessoas que essa evolução é inevitável – e fazem-no de tal modo e com tanta insistência, que toda a gente acabará por achar (pensam eles, provavelmente com razão) que se trata de uma evidência.

Apesar dos óbvios disfuncionamentos e profundas anomalias do sistema em que vivemos, os poderes político, económico e financeiro insistem em fazer passar – através dos órgãos de comunicação social que dominam e controlam – a ideia de que «tudo vai melhorar» e de que «é preciso ter confiança na funcionalidade do sistema». Ideia que é acalentada pelo «mito do progresso salvador» que já se vislumbra num horizonte todavia longínquo.

Tudo isso nos é sugerido e incutido – umas vezes subtilmente, outras vezes subrepticamente – pelos grandes órgãos de comunicação social, através de um discurso em que se mesclam: a *ideologia do realismo incontornável*; a *ideologia da comunicação*; a *ideologia publicitária* (que programa o nosso modo de vida rumo a uma felicidade conformista); e essa arma tão poderosa que é o medo (e que a elite no poder não hesita em usar, para tentar submeter-nos).

Como escreve Chris Hedges – grande jornalista, correspondente de guerra do *New York Times* durante vários anos (Prémio Pulitzer) e ensaísta – no seu livro intitulado *Death of the Liberal Class* (publicado em 2010):

*Tal como Marx e Adam Smith, é preciso percebermos que as grandes empresas não se interessam minimamente pelo bem comum. Essas empresas exploram, poluem, empobrecem, reprimem, matam e mentem para enriquecer. Essas empresas despejam famílias pobres das suas casas; deixam morrer pessoas que não têm seguros de saúde; fomentam guerras inúteis com o objectivo de obter lucros; contaminam os ecossistemas; desmantelam os programas sociais; pilham os cofres públicos; e esmagam os movimentos populares que lutam por justiça social. As grandes empresas adoram o dinheiro e o poder. O capitalismo sem freios – como Marx bem o percebeu –*

*é uma força revolucionária que vai devorando uma quantidade incessante de vidas humanas, até acabar por se devorar a si própria.*

Mas não deixa de ser irónico constatar que – para manterem e consolidarem o seu poder – as grandes empresas recorrem ao talento de uma elite de intelectuais que se auto-proclamam «progressistas» (políticos, sociólogos, historiadores, jornalistas e comentadores mediáticos), contratando precisamente aqueles que são condicionados e pressionados para não refletirem nem agirem com independência e autonomia. E é dessa «elite progressista» que emanam *jingles*, *spots*, anúncios publicitários, marcas e produtos de entretenimento que mergulham a sociedade nas suas ilusões culturais e políticas.

Esta cumplicidade com o mundo dos negócios, que arruína a independência intelectual e moral dessa elite, tem regra geral como contrapartida generosas remunerações.

Chris Hedges evoca um grande escritor russo, Dostoievski, que, no final do século XIX, satirizava com virulência uma elite progressista que se tornara completamente inútil e cujo declínio pressagiava um sangrento período de terror. Em romances como *Os Possessos*, Dostoievski escreveu que a impotência e a indiferença dessa elite, tal como a sua incapacidade para defender os ideais que proclamava, anunciavam uma era de *nihilismo moral*. No seu livro *Cadernos do Subterrâneo*, faz o retrato de uma elite de sonhadores decadentes, com ideais elevados, mas que não mexem uma palha para os realizar, preferindo converter-se à «razão calculista» e ao «conformismo», para, em nome desses ideais humanistas, justificarem a aceitação de uma hierarquia (hoje diríamos oligarquia) corrompida e em declínio.

#### 4.

Abro aqui um parêntesis, que me parece historicamente oportuno, para evocar a I Guerra Mundial – ou «Grande Guerra», como então lhe chamaram – neste ano (2014) em que se assinala o centenário do início desse conflito brutal.

A I Guerra Mundial (1914-1918) marcou o advento da era moderna, engendrou uma terrível criatura – a chamada «guerra total» – e legou-nos os massacres em grande escala, terrível consequência do enorme desenvolvimento das indústrias de guerra.

Mas também marcou o advento, igualmente inquietante, de novas formas de propaganda e manipulação das massas, que tornaram possível modelar e manipular as opiniões públicas graças a inovações tecnológicas como a

rádio, o cinema, a fotografia, as artes gráficas, os jornais (e panfletos de propaganda) com grandes tiragens produzidas a baixo custo.

Essa propaganda soube explorar astuciosamente os novos conhecimentos sobre a psicologia das massas, desenvolvidos por autores como Gustave Le Bon (*Psicologia das Multidões*), Wilfred Trotter (*Instintos do Rebanho na Paz e na Guerra*), Graham Wallace (*A Natureza Humana na Política*) ou Jean-Gabriel Tarde (*A Opinião e a Multidão*), assim como por pioneiros da psicanálise como Sigmund Freud.

A «Grande Guerra» destruiu a identidade e os valores tradicionais de muitos povos, substituindo esses valores pelo medo, pela desconfiança e pelo hedonismo característico das sociedades de consumo.

A nova propaganda (veiculada sobretudo pelos jornais) revelou a sua eficácia na marginalização de ideias e valores defendidos por vozes dissidentes (o socialista Jean Jaurés, por exemplo, foi uma das suas vítimas, ao ser assassinado pouco antes de estalar a guerra).

Essa nova propaganda denegriu incansavelmente – através dos jornais e da rádio – todos os que não aceitavam a linguagem inculcada no grande público pelo Estado e pelas grandes empresas. E também desacreditou os dissidentes e os reformistas, acusando-os de se comportarem como traidores.

Para os criadores da propaganda de massas, tratava-se, antes de mais, de influenciar a opinião pública por qualquer meio e de qualquer maneira, ignorando deliberadamente qualquer aspecto moral da persuasão, e optando por estimular as emoções das grandes massas com fins bem determinados: marginalizar e banir a dissidência como crime de lesa pátria.

A idade de ouro do jornalismo e das reformas sociais, anterior à Grande Guerra, tinha terminado. E só viria a ser retomada durante os 30 anos que se seguiram ao termo da II Guerra Mundial.

## 5.

A atitude perante a dissidência, nas sociedades democráticas ocidentais, é muito curiosa e contraditória: por um lado, são elogiados, estimulados e apoiados os dissidentes políticos das sociedades onde vigoram ditaduras ou sistemas totalitários; por outro, são severamente criticados, marginalizados e repudiados os seus próprios dissidentes, isto é, aqueles que ousam pensar com independência e autonomia, à revelia das ideias feitas, das opiniões dominantes e das chamadas «verdades estabelecidas» pelo poder político e pela plutocracia.

São vários os exemplos, históricos e atuais, que eu poderia apontar, de marginalização de dissidentes em diferentes sociedades democráticas oci-

dentais, inclusive em Portugal. Mas enunciarei apenas três exemplos mais conhecidos, que ocorreram nos EUA, por me parecerem particularmente significativos.

O primeiro exemplo é o de Isidore Feinstein Stone (1907-1989), mais conhecido como I. F. Stone, que no final da II Guerra Mundial era um dos mais célebres jornalistas americanos, convidado regularmente para os telejornais e com acesso fácil aos círculos do poder. Todavia, depois de ter criticado o programa político do presidente Truman e a criação da NATO, I. F. Stone desapareceu subitamente da paisagem mediática, arrastado pela vaga de histeria anti-comunista. Privaram-no, por assim dizer, do seu estatuto de pessoa (passando a ser considerado *persona non grata*).

Mas I. F. Stone era um jornalista e escritor de grande dignidade e coragem. Nunca baixou os braços. Nem esqueceu o que dissera numa das suas célebres fórmulas sarcásticas: que *todos os governos são dirigidos por mentirosos*. O FBI colocou-o sob vigilância apertada. Em fevereiro de 1950, numa manifestação contra a bomba H, I. F. Stone tomou a palavra e começou assim o seu discurso: *Agentes do FBI, companheiros subversivos...* De outra vez, foi expulso do National Press Club, ao aparecer com um antigo juiz negro do Tribunal Federal para tomar o pequeno-almoço, que lhes foi recusado. Como resposta, Stone não descansou enquanto não se inscreveu como sócio do clube dos jornalistas negros.

O segundo exemplo é o do historiador e ativista Howard Zinn (1922-2010), autor de «*Uma história popular dos Estados-Unidos*», já traduzida e celebrada em várias línguas. Howard Zinn conta a história do ponto de vista dos Ameríndios, dos imigrantes, dos escravos, das mulheres, dos pobres, dos anarquistas e comunistas perseguidos, dos abolicionistas, dos militantes contra a guerra e dos líderes dos movimentos dos direitos civis. Foi alvo, por isso mesmo, de duras críticas de vários colegas historiadores, por não ter respeitado o costume de escrever a história do ponto de vista dos grandes deste mundo.

Howard Zinn chegou a ser denunciado por uma vizinha, que achava que ele era comunista (coisa que ele nunca foi), e por um informador do FBI interessado em organizar uma campanha para afastar Zinn do seu posto de professor de História na Universidade de Boston. Seis meses após a sua morte, em janeiro de 2010, o FBI, que o considerava uma ameaça, tornou público um «dossier» de 423 páginas, abrangendo os anos de 1948 a 1974 (ano do fim da guerra do Vietname, contra a qual ele sempre se manifestou), constatando-se que chegou a ser seguido, durante um certo período, por cinco agentes secretos.

O terceiro exemplo é o de Ralph Nader (1934), famoso advogado dos consumidores e ambientalista, que começou por ser um jornalista de investigação de grande talento e seriedade – conforme, aliás, o atestam os vários trabalhos de investigação que publicou, sobretudo o best-seller intitulado *Unsafe at any speed* (1965), que causou a ira dos patrões da indústria automóvel, sobretudo da General Motors, que fabricava, precisamente, a mais insegura e perigosa das viaturas ligeiras desse tempo (o «Corvair»).

Classificado como *persona non grata*, depois de ter sido considerado (em 1973) uma das cinco personalidades mais respeitadas e mais influentes dos Estados Unidos da América, a queda de Ralph Nader é sem dúvida a impressionante ilustração de uma campanha orquestrada pela plutocracia e as grandes empresas (General Motors, companhias petrolíferas, indústria farmacêutica) para esmagar um genuíno militante da defesa dos direitos dos consumidores e da causa ambiental, que se atrevia a pôr a nu as práticas abusivas, as fraudes e o excessivo poder das grandes corporações industriais.

Ralph Nader acabou por ser banido dos jornais, das rádios e das televisões, tal como do próprio processo político, após a eleição de Ronald Reagan, quando as grandes empresas já tinham praticamente tomado conta do Estado.

Mas vale a pena contar como é que o então diretor do *New York Times*, Abe Rosenthal, ultra-conservador e reacionário, engendrou um esquema para impedir a publicação de textos de Ralph Nader.

Não satisfeito por ter impedido a publicação no jornal de citações de intelectuais como Noam Chomsky (outro dissidente que foi posto à margem), Abe Rosenthal decretou que nenhum artigo baseado em investigações efetuadas por Ralph Nader seria publicado sem uma réplica das empresas incriminadas. Imediatamente informadas desta nova política editorial, claro que essas empresas passaram a recusar sistematicamente fazer comentários àquelas investigações, matando à nascença qualquer projeto de artigo sobre elas.

Fechadas as páginas do *New York Times*, os outros órgãos de informação mais importantes, e mesmo os jornais *on-line*, nunca mais se sentiram na obrigação de publicar quaisquer investigações da autoria de Ralph Nader.

Saliente-se, todavia, que o Congresso dos EUA adotou, entre 1966 e 1973, uma série de importantes leis relativas à proteção dos consumidores, tendo Ralph Nader contribuído praticamente para todas elas. Trata-se de um conjunto impressionante de 25 leis que transformaram a paisagem política americana em vários domínios:

– sobre a segurança rodoviária e a segurança dos veículos automóveis;

- sobre a inspeção das carnes e das aves de capoeira;
- sobre a segurança dos oleodutos;
- sobre a segurança dos produtos embalados, a segurança da saúde e a segurança no trabalho.

E ainda:

- a revisão das leis sobre a inflamabilidade dos tecidos;
- a lei sobre a qualidade do ar;
- a lei sobre a poluição da água;
- a criação da Agência de Proteção Ambiental e a criação de um Conselho do Meio Ambiente na própria Casa Branca.

Claro que valeu a pena o corajoso combate de Ralph Nader! Todavia, o facto de ter sido riscado dos principais órgãos de comunicação social e politicamente marginalizado foi um aviso que terá desencorajado muitos outros de trilhar os caminhos da dissidência.

## 6.

Para se ter uma ideia de como a manipulação da opinião pública e dos consumidores está enraizada entre os manipuladores, sejam eles jornalistas (sem escrúpulos, naturalmente) ou gestores de empresas, vou citar o chefe de redação da revista francesa *Management*, no seu editorial de Setembro de 2012, dirigido aos *managers*:

*Manipulação? Não há que ter medo das palavras: não se esconde aqui nada de odioso ou desonesto. Saber lisonjear com discernimento, fingir que se deixa a escolha às pessoas, para as incitar a comprar, ou pintar de negro o quadro, para atingir os seus fins, tudo isto deve fazer parte da vossa panóplia.*

Este exemplo de cinismo é assustador. E levou alguns investigadores de psicologia social franceses a comentar que o novo sistema de *management*, importado do mundo anglo-saxónico, conseguiu uma proeza que nenhum regime autoritário conseguira alguma vez realizar: a de conseguir perpetuar-se no poder sem violência aparente, por via da simples e terrível capacidade de «subverter as subjetividades», com o único fito de arrancar aos indivíduos o «consentimento voluntário» das regras que se pretende impor-lhes.

Apesar da grave crise que continua a afetar as sociedades democráticas ocidentais, estamos aqui no domínio da *mundialização feliz* de que tanto gosta de falar Alain Minc, um economista e conselheiro político de poderosos, que – tal como um famoso cronista do *New York Times*, Thomas Friedman – se enganou redondamente nas previsões que fez, quer sobre a invasão do Iraque quer sobre a mundialização.

Convirá, aliás, sublinhar que não foi só, nem principalmente, a promessa utópica de uma *mundialização feliz* que atraiu tantos intelectuais progressistas, vários jornalistas profissionais e muitos políticos socialistas, social-democratas e trabalhistas. Foi, sobretudo, a promessa de carreiras políticas garantidas rumo ao poder, num rotativismo de governos sem verdadeiras alternativas.

É evidente que os membros dessa pretensa «elite progressista» – que ambicionam progredir nas suas carreiras, conservar o acesso aos círculos do poder e ganhar muito dinheiro – não obedecem a imperativos morais, mas tão-só a considerações pragmáticas e, sobretudo, oportunistas.

De facto, são bem recompensados os que papagueiam as boas fórmulas, os que não contestam as políticas postas em prática pelo Estado ao serviço das grandes empresas, e os que tranquilizam os trabalhadores (e os desempregados), dizendo-lhes que os sofrimentos são efémeros e que as «reformas estruturais» vão ser a salvação.

A esses, oferecem-lhes tribunas na televisão e na arena política. Qualificam-nos como peritos, sábios e especialistas. Apresentam-nos à opinião pública como um escol de gente esclarecida e habilitada a explicar o que nos acontece, tanto ao país como ao estrangeiro.

Leslie Gelb, outro jornalista, ensaísta e ex-correspondente do *New York Times*, que começou por apoiar a invasão do Iraque e concluiu que estava errado, reconhece que, *ao expressar um pensamento independente e autónomo, arruína-se imediatamente uma carreira profissional*. As portas fecham-se, cessam os convites para *talk-shows*, os apoios financeiros, as honrarias universitárias, as passagens pela CNN, os lugares no *Council on Foreign Relations*, os postos de professor titular e os artigos de opinião publicados no *New York Times*.

Todavia, se um jornalista ou colunista se engana, mas o faz elogiando as políticas da elite no poder, o risco que corre é quase inexistente. Pelo contrário, se der um passo em falso criticando essas políticas, será severamente punido, mesmo que tenha razão.

Quando um jornalista ou um intelectual considerados progressistas e mediáticos, decidem colaborar com o poder na aplicação das suas políticas, em troca de vantagens materiais, o jornalista ou o intelectual perdem consistência e credibilidade. Ao tentarem obter influência e conquistar um lugar nos círculos do poder, tanto o jornalista como o intelectual fecham os olhos às verdades que incomodam e renunciam a qualquer imperativo moral.

7.

Abordarei, finalmente, uma questão traduzida em duas hipóteses, que tenho colocado a mim próprio:

– Serão os *media* uma variável dependente sobretudo do sistema político e social? Ou serão antes uma variável aparentemente independente, mas submetida ao poder económico e financeiro dominante nas sociedades contemporâneas?

Não vejo como excluir liminarmente qualquer das hipóteses, embora me incline mais para a segunda. Acho que vivemos, hoje, em democracias de cada vez mais baixa intensidade, acentuada pela grave crise económica, financeira e social que afeta as sociedades democráticas.

Os reflexos negativos desta crise na qualidade e independência, quer do jornalismo quer da política, são evidentes, sem dúvida porque o condicionamento e a pressão exercidos sobre ambos pelos poderes económicos e financeiros – que detêm e dominam os principais órgãos de comunicação social de massas – são muito fortes. A promiscuidade entre jornalismo e política vai de par, a favor do poder e dos privilégios, com nefastas consequências para a verdade e a justiça.

Mas o que sobretudo me impressiona – porque me considero um homem de esquerda – é o facto de essa elite pretensamente «progressista», a que me referi insistentemente, ter-se tornado medrosa, timorata, ineficaz e afónica. De facto, acabou por se integrar na própria estrutura que era suposto tentar dismantelar, criando um vazio ideológico à esquerda e acabando por ceder à extrema-direita boa parte do discurso da revolta.

Os membros dessa elite que se mantiveram fiéis a si próprios, contestando a ortodoxia do pensamento único e recusando submeter-se às paixões políticas dominantes, acabaram, na maior parte dos casos, por ser afastados ou postos à margem de várias instituições (universidades, institutos, fundações, jornais, programas de televisão, etc., etc.). Longa é a lista dos que, depois de terem sido elogiados e elevados aos píncaros, acabaram atingidos pelo anátema dos seus pares, por se recusarem a ser «pragmáticos» e a servir o poder.

Julien Benda (1867-1956), escritor e filósofo francês autor de um famoso ensaio intitulado *A traição dos Intelectuais* (*La Trahison des Clercs*) – publicado em 1927 e reeditado em 1946 com um prefácio do autor – afirmou que, só quando não são impelidos por considerações pragmáticas e pela procura de vantagens materiais, é que os intelectuais podem contribuir para o despertar das consciências ou ser agentes de mudança. Para ele, todo o intelectual

embebido no mundo do poder e dos privilégios devia ter por lema estas palavras de Jesus Cristo: *O meu reino não é deste mundo*.

De facto, Julien Benda distinguia essencialmente dois conjuntos de princípios: de um lado, o poder e os privilégios; do outro, a verdade e a justiça. E explicava: quem procura a verdade e a justiça só pode fazê-lo em detrimento do poder e dos privilégios; quem procura o poder e os privilégios só pode fazê-lo em detrimento da verdade e da justiça.

Não vejo que melhor conselho possa dar a futuros jornalistas.

*Coimbra, 23 de abril de 2014*