

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

## O Consumo da Informação. Interesse e Curiosidade

António Fidalgo

Universidade da Beira Interior

*A abundância de fait-divers nos telejornais e na imprensa, o sensacionalismo noticioso mais variegado, o sucesso da imprensa de coração, revelam que para lá do interesse público há uma curiosidade informativa insaciável que da informação espera mais diversão que formação.*

### 1 – A informação como formação cívica

Uma das ideias fundamentais da imprensa moderna, em particular, e da comunicação social, em geral, é a de que a informação é um elemento essencial à formação cívica dos cidadãos. Ainda hoje o grau de cidadania de um povo também se mede pela percentagem dos leitores de jornais relativamente à população e pelas taxas de audiência dos telejornais relativamente aos programas de variedade. Quando maior o peso dos programas de informação, quantos mais jornais vendidos, tanto maior será a consciencialização sociopolítica de um povo e, correspondentemente, maior a sua capacidade de participação e de decisão. Enquanto participação do indivíduo na condução da *res publica* a cidadania exige não só um conhecimento atualizado do que relevante ocorre nas diferentes áreas da vida pública, mas também uma determinada forma de tomar conhecimento dessas ocorrências. Antes de mais, a informação tal como é realizada pelos meios de comunicação social não é uma listagem de informações diversas, não é uma base de dados informativos à laia da teletela orwelliana desbobinando listas de números relacionados com a produção de ferro. A informação mesmo na forma da simples notícia, de mera divulgação de um facto, está enformada pela ideia básica do que interessa ou possa interessar ao destinatário. Toda a informação da comunicação social, seja impressa, radiofónica ou televisiva, obedece a critérios de seleção e de destaque. Há notícias que são dadas, outras que são omitidas; há umas a que se dá destaque a outras não. É o interesse público que define a informação, que seleciona o que é notícia e a destaca, que uniformiza de algum modo o conteúdo informativo dos diferentes órgãos de comunicação. Ora por mais amplo que seja o sentido de

interesse público, por mais vulnerável que seja a interesses particulares, ele tem uma faceta formativa. A informação representa sempre uma integração dos recetores de informação na vida política, social, económica e cultural da sociedade a que pertencem. O simples facto da informação só por si constitui um elo de ligação entre o indivíduo informado e a esfera pública em que se insere. A ser informado o indivíduo é o *ipso* informado socialmente. Aliás, a organização da informação, de que são exemplo típico as secções dos jornais – política, educação, ciência, cultura, economia, desporto –, além de retratar a diversidade das esferas que compõem a vida pública, reflete e reforça a variedade dos interesses e dos laços que unem o recetor de informação ao todo social.

Mas a faceta formativa da informação é sobretudo proeminente na forma como a informação é dada. A informação não se limita a dar conhecimento do que é interesse público; ao fazê-lo de uma certa perspectiva e com uma certa finalidade. Os destaques, o tipo de referência, a adjetivação, revelam um determinado posicionamento da informação, de como esta é feita. Ao informar, um órgão de comunicação fá-lo como narrativa, louvor, crítica, apoio, ataque. Contudo, de preferência a tomar uma posição explícita relativamente às matérias da informação, a informação dada visa muito mais suscitar nos destinatários da informação um certo posicionamento ou atitude. E é aqui que efetivamente reside a função formativa: introduzir o público a participar na gestão da coisa pública e dar-lhe meios para essa participação.

Toda a informação apela, de certo modo, a uma tomada de posição do público. A distinção entre notícias e artigos de opinião, longe de contradizer esta afirmação, constitui a base para que o leitor, o ouvinte, o telespectador, se sinta impelido a ter também a sua opinião. O jornalismo de investigação, o esclarecimento de um acontecimento através da indicação das causas próximas e remotas, visa dotar o público dos meios para poder emitir um juízo, fazer uma apreciação, tecer uma crítica, tomar uma decisão. A maneira de como isto se faz, é exemplificada pelos próprios órgãos de comunicação. A imprensa tem os seus articulistas habituais que, ao exporem opiniões e respectivas razões, são de algum modo figurinos a seguir pelos leitores. Mas há também a secção das cartas ao Diretor onde qualquer leitor pode exprimir a sua opinião sobre um tema da atualidade. A rádio e a televisão além de chamarem especialistas a darem o seu parecer e a justificarem-no, entrevistam cidadãos anónimos para se pronunciarem sobre o assunto em causa. Em suma, a informação é sempre dada de modo a promover a capacidade crítica e interventiva dos seus destinatários.

## 2 – A curiosidade informativa

A curiosidade informativa é uma forma da curiosidade humana. O desejo de saber é intrínseco à natureza humana, como Aristóteles declara no início da sua metafísica (980 a, 21). Não há homem algum completamente desprovido de curiosidade. Tanto é assim, diz Aristóteles, que temos prazer na atividade dos sentidos, independentemente da sua utilidade. Gostamos de ver, de ouvir, cheirar, degustar, tocar, tão só pelo facto de o fazermos. E o prazer no exercício dos sentidos é de tal ordem que acaba por desembocar numa “concupiscência dos olhos”, como confessa St Agostinho (Confissões, X 35). Aplicado aos outros sentidos, o termo “ver” significa efetivamente conhecimento. “Vê como soa”, “vê como cheira bem”, “vê como é duro”, etc., são exemplos de como há nos sentidos uma volúpia do conhecimento.

Heidegger desenvolve a análise do fenómeno da curiosidade (Ser e Tempo, § 36), no seguimento destes pensadores da antiguidade. Antes de mais, a curiosidade não se fica por aquilo que lhe está próximo; pelo contrário, procura o que está longe. Mas ao chegar ao longe, torna-o perto, e, assim, vai matando a distância que sempre procura. A curiosidade caracteriza-se pela instabilidade, pela incapacidade de permanecer no mesmo sítio, no mesmo conhecimento. Tem de passar necessariamente a outro, tem de buscar incessantemente novas distâncias. Há, pois, um desassossego contínuo, uma excitação permanentemente. Sempre e sempre em busca da novidade, da mudança das coisas, não para compreender, que para isso é preciso permanecer, mas tão só para ver, para satisfazer o desejo e a gulodice da vista. O que se ganha é a distração. Quanto mais pura a curiosidade, quanto mais longínquas as notícias, maior a distração. A atenção volta-se para a novidade e esquece o seu sítio.

A análise existencial heideggeriana da curiosidade aplica-se também à curiosidade informativa. Compra-se o jornal, ouvem-se os noticiários da rádio, veem-se os telejornais não porque se julgue que trazem informações de monta, importantes, mas unicamente para saber o que se passa. Um homem que matou a tiro a mulher numa aldeia rural, o afundamento de um barco no Pacífico Sul, a transferência de um jogador de futebol, a reunião de uma comissão parlamentar, o estado do tempo. No noticiário seguinte espera-se que haja novas informações, as últimas. Se está a acontecer, é preciso que se saiba, quanto mais rapidamente melhor. O melhor mesmo é saber imediatamente, assistir em direto ao facto da notícia. O desassossego, a excitação, não estão só nas redações dos jornais, das rádios e televisões, mas também nos destinatários que querem as notícias frescas, acabadas de sair.

O que caracteriza primeiramente a curiosidade informativa é a procura de atualização constante. Só as últimas notícias satisfazem e, como tal, há que assegurar que as notícias recebidas sejam as mais recentes, que não haja ainda notícias posteriores. Sendo o fluxo dos acontecimentos incessante, isso obriga a acompanhar esse fluxo, a estar sempre à frente. Um diário não lido, um noticiário não ouvido, significa uma falha de atualização, só reposta com a leitura de um diário ou a audição de um noticiário posterior. Para satisfazer a ânsia de atualização informativa, a rádio e a televisão são mais adequados que a imprensa. Aí emissão e recepção são em simultâneo, enquanto aqui não. O hiato temporal provocado pela imprensa e distribuição desaparece com a difusão eletrónica. Mas mesmo na rádio e na televisão tradicionais existe um espaço informativo vazio entre o último noticiário e o próximo. Neste caso a curiosidade informativa fica como que suspensa no presente entre dois momentos noticiosos: o que passou e o que ainda não chegou. É aqui que entra a informação contínua; todo o momento de emissão é momento de informação. O sucesso das cadeias de rádio e de televisão a transmitirem continuamente notícias as 24 horas do dia reside no imperativo da atualização da curiosidade informativa. Não aguardar por um horário para transmitir, mas fazê-lo logo em cima do acontecimento é a única maneira de garantir a perfeição da atualização, o acompanhamento a par e passo do que acontece. A metáfora dos órgãos de comunicação eletrónicos como janelas para o mundo assenta no ideal de noticiar os acontecimentos em direto. Efetivamente, só a informação em direto satisfaz cabalmente a necessidade de atualização informativa.

Uma outra característica da curiosidade informativa é a totalidade, isto é, a tentativa de captar todas as notícias e, por isso, de seguir todos os órgãos de informação. Há o receio de perder uma notícia. Compram-se diversos jornais, quantos mais melhores, se possível todos, e faz-se o *zapping* à hora dos noticiários entre as diferentes estações de rádio e de televisão. Teme-se que alguma esteja a dar uma notícia não dada pelas outras. A este receio respondem os órgãos de informação informando aquilo que os outros órgãos estão a noticiar. Televisões e rádios fazem revistas de imprensa e síntese das emissões de outras rádios e televisões, jornais fazem apanhados de afirmações feitas no dia anterior em outros jornais, nas rádios e nas televisões. Cada órgão de informação procura transmitir aos seus destinatários a ideia de que ele basta, de que não necessitam de outro meio de comunicação para estar totalmente informados, pois que além das outras informações faz a síntese das informações dadas pelos outros órgãos de comunicação.

A seguir a estas duas grandes características da curiosidade informativa, a atualização e a totalidade, destacam-se ainda mais duas: a novelização e o sensacionalismo. A curiosidade informativa fomenta a expectativa de notícias a partir de notícias, ao jeito das telenovelas em que se ficam a aguardar os episódios seguintes. Uma notícia de monta leva a desenvolvimentos posteriores, a outras notícias, nomeadamente sobre as reações à primeira. Por outro lado, o interesse de uma notícia é tanto maior quanto melhor for o enredo em que a situa ou que mesmo a motiva. O valor de uma notícia depende das expectativas criadas ao seu redor. A novelização aguça a curiosidade informativa.

O sensacionalismo da informação funciona, por sua vez, como o correlato da novelização. Não há uma boa novela onde não entre o inesperado, o súbito surgir de elementos que alteram o normal desenrolar das coisas. Aliás o que faz de um facto acontecimento de interesse jornalístico, isto é, o que torna um facto notável, são fatores que o demarcaram do decurso trivial dos acontecimentos, fatores como o excesso, a falha e a inversão<sup>1</sup>. O homem que corre uma distância em tempo record, o revólver que fica encravado no momento do disparo, o homem que morde o cão, são justamente notícia porque irrompem imprevisivelmente da normalidade. A novidade é tanto maior quanto mais inesperada. É a sensação do novo que a curiosidade informativa sempre busca.

Expostas as principais características da curiosidade informativa é bom de ver que ela se restringe aos factos. Só os factos permitem o saltitar constantemente de uns para os outros, dos velhos para os novos, só eles oferecem a novidade. Aqui não se buscam propriamente explicações, até porque estas permanecem. As únicas explicações aceites são aquelas em que factos explicam factos. Procurar explicações que não sejam novos factos é deter-se no tempo, é desatualizar-se, é centrar-se num caso particular e perder a totalidade. A curiosidade informativa não admite explicações profundas; as explicações terão de se manter também à tona dos acontecimentos, não podem ser infundadas. O que explica um facto é o enredo com outros factos, enredo que toma a forma de narrativa.

Feita cada vez mais à medida da curiosidade informativa, a informação cumpre cada vez menos a função de formação cívica. Por várias razões. Desde logo porque informações de eminente interesse público não são muitas

---

<sup>1</sup> Adriano Duarte Rodrigues, "O acontecimento" em Traquina, Nelson, Org., *Jornalismo: Questões, Teorias e 'Estórias'*, Lx: Vega, 1993, pp. 27-33.

vezes do tipo de suscitar curiosidade. Assuntos que em princípio deveriam concitar o maior interesse público são relegados pela sua complexidade para um círculo restrito de interessados. Questões fundamentais da vida pública passam ao lado da grande informação porque não se coadunam com a curiosidade informativa. Em contrapartida, temas que pouco ou nada interferem com a vida dos cidadãos ocupam crescentemente o espaço noticioso. Por exemplo, a dimensão e o destaque que as notícias sobre a corrupção, real ou alegada, no futebol português têm em finais de 1996, princípios de 1997, na comunicação social portuguesa são ditados claramente pela curiosidade informativa, continuamente suscitada e alimentada. A curiosidade compraz-se muito mais com factos sensacionais, como a vida sentimental atribulada de princesas ou os atos de indisciplina de uma estrela de futebol, do que com o lento desenrolar de um complexo processo parlamentar. Uma segunda razão por que o lado formativo da informação é menor encontra-se no tipo de abordagem que esta faz mesmo dos assuntos de nítido interesse público. O que se informa aqui são sobretudo factos que dentro desses assuntos despertam alguma curiosidade. Destacam-se frases, encontros, ocorrências pontuais, que acabam por obliterar o assunto em questão. Veja-se, por exemplo, a revisão da constituição portuguesa. A maior parte das informações sobre ela prendem-se diretamente com episódios com algum valor de curiosidade. Uma informação de fundo, detalhada e fundamentada, sobre a revisão da constituição, e não sobre os *faits-divers* do processo da revisão, seria muito provavelmente destruída de qualquer interesse jornalístico e encarada como uma informação especializada, destinada unicamente a juristas. Vira da para a satisfação da curiosidade, a respigar episódios ou ocorrências que dentro dos temas importantes despertem alguma curiosidade, mesmo que sejam epifenómenos.

### **3. As mil e uma imagens da informação**

A televisão é muito mais apta do que a imprensa a satisfazer a curiosidade informativa. Desde logo pelo poder da imagem. A afirmação de que uma imagem vale mais do que mil palavras traduz a importância da visualização dos acontecimentos noticiados. Não há narrativa, falada ou escrita, por mais detalhada que seja, que consiga ser tão próxima e tão concreta como uma imagem. A notícia de uma catástrofe ou de um escândalo na imprensa provoca a curiosidade de ver imagens da catástrofe, dos danos causados, ou das pessoas envolvidas no escândalo frente às câmaras de televisão. Foi dito atrás que a curiosidade informativa se centra em factos concretos, ora nada mais

concreto que uma imagem. Como escreve Neil Postman (*Amusing ourselves to death*), a linguagem da televisão é uma linguagem que se restringe às particularidades. Não há uma imagem do homem em geral, mas deste ou daquele homem, bem concreto e definido. Enquanto as palavras designam conceitos, representações particulares.

Uma reportagem televisiva sobre, por exemplo, a droga segue habitualmente o figurino de filmar as zonas urbanas degradadas em que se transacionam as drogas, de captar imagens de seringas caídas, e de entrevistar um ou outro toxicodependente e algum polícia da brigada contra o narcotráfico. A curiosidade alimenta-se muito melhor com as imagens de uma reportagem deste tipo do que com um artigo de jornal referindo números, estatísticas, causas e consequências do tráfico e consumo de drogas. Aqui não há casos, situações concretas, emoções de um rosto, mas tão só uma narração abstrata que, mais do que não satisfazer a curiosidade, lhe diz pouco ou nada.

A televisão pode dar notícias sem imagens, e também as dá, mas a tendência natural desse meio é de cada notícia ter imagens por base. Isso leva muitas vezes a recorrer a imagens de arquivo ou então a imagens de algum modo relacionadas com o tema da notícia. Pode este recurso ao arquivo significar uma distorção da notícia (noticiar incidentes de ordem pública atuais com imagens de grave confrontos passados), mas a necessidade de fornecer imagens é superior à objetividade nua das palavras. Do mesmo modo, um repórter de televisão filmado com a Casa Branca ao fundo, informando sobre as medidas tomadas pelo presidente norte-americano relativamente a determinada questão política, dá o suporte visual à notícia que, quanto à matéria, poderia ser dada pelo locutor do telejornal.

O imperativo de conseguir imagens para todas as informações televisivas leva, por um lado, a tornar notícia aquilo de que há “boas imagens” e, por outro, a tendencialmente ignorar o que não é filmável ou de que não se tem imagens. A espetacularidade das imagens transforma em notícia o que em si não tem qualquer valor informativo, por exemplo o despiste de um automóvel num país longínquo. Em contrapartida, se não houver imagens, não se dá a notícia ou então aguarda-se o tempo preciso até as ter. Os telejornais transformam-se em séries de reportagem bem conseguidas, no que à imagem toca. A recolha de imagens determina a informação. Mais uma vez “the medium is the message” ou, dito de outra maneira, a forma sobrepõe-se ao conteúdo.



#### 4. A câmara indiscreta e a diversão informativa

A curiosidade informativa tende a ser indiscreta. O que mais curiosidade suscita é o que não se pode ou não se deve saber. Também aqui o fruto proibido é o mais apetecido. A informação toma uma forma inquisitiva, de desvendar o que sempre toda a gente quis saber, mas não teve a coragem de perguntar. As revelações são as melhores informações.

Um dos grandes atrativos da televisão é justamente a indiscrição. De algum modo a câmara de televisão é sempre indiscreta; não tanto por recolher imagens proibidas, mas por captar elementos paralelos que podem dar um outro sentido à notícia. O semblante, o tom de voz, a forma como uma figura pública presta declarações aos órgãos de comunicação, podem revelar mais do que aquilo que é dito, mas esses elementos só são cabalmente captados pela televisão. Os planos de filmagens, a escolha entre grandes planos, próximos e planos remotos, a seleção de imagens, pretendem ao fim e ao cabo dar mais a ver do que a própria realidade oferece. É neste mais que reside a indiscrição. Naturalmente que a câmara só filma o que está lá, mas a forma como o filma é a de revelar pormenores que alteram o significado do que é filmado.

A indiscrição da câmara faz do telespectador um mirone. É paradigmático o caso da estação de televisão que transmite em direto uma operação de salvamento. Num caso destes os telespectadores assistem a toda a evolução dos acontecimentos, observam o esforço dos intervenientes, a angústia dos sinistrados, a alegria do sucesso ou o desespero do insucesso. Tal como os mirones de um acidente de viação que param à beira da estrada e, cheios de curiosidade, assistem à chegada das ambulâncias e da polícia, assim também os telespectadores contemplam do sofá da sua casa os acidentes que ocorrem por todo o mundo. Reportagens de campos de refugiados ou de outros lugares de infortúnio são, pela sua indiscrição, muitas vezes um apelo à curiosidade gulosa dos espectadores.

O que caracteriza os mirones, sejam os dos acidentes de trânsito sejam os das notícias, é que são indiferentes ao que se passa. Remetem-se para o papel passivo de espectadores. Não podem e não querem intervir. Pelo ecrã tanto passa uma notícia vinda da China, como de uma aldeia transmontana, mas a influência de uma ou outra sobre a atividade de quem a recebe é a mesma, isto é, nula. É notícia, mas também podia ser ficção; tudo passa na tela. Não há qualquer interesse pelas notícias, apenas curiosidade.

O carácter intuitivo das imagens tem como correlato a passividade de quem as vê. Enquanto as palavras remetem para conceitos e, portanto, para

uma apreensão ativa de quem as escuta, as imagens são representações da sensibilidade. Seguindo a distinção kantiana entre sensibilidade e entendimento, há a dizer que a sensibilidade se distingue pela passividade e o entendimento pela espontaneidade. As intuições são dadas ao passo que os conceitos são pensados. Numa informação que assenta sobre imagens e não sobre conceitos o destinatário da informação limita-se a registá-la.

A indiferença, o desinteresse, a passividade de quem recebe a informação é tanto maior quanto mais a informação aparece descontextualizada. Como as notícias em nada influenciam quem as recebe, qualquer notícia se encaixa no noticiário, umas a seguir às outras, agora esta e depois aquela. Mesmo uma notícia de grande monta, dada na abertura do telejornal, é seguida por outras ; encadeada com as outras, a sua importância esbate-se e acaba por partilhar o estatuto das outras notícias, o de episódios curiosos. O aparecimento contínuo de novas notícias, a aglutinação das notícias em blocos noticiosos em que há um pouco de tudo, de política, de negócios, de desporto e de meteorologia, acabam por nivelar as notícias a uma dimensão de meras curiosidades.

Ditada pela curiosidade dos consumidores, a informação torna-se infame. Tal informação é perfeitamente dispensável, não condicionando a participação pública. A grande informação, televisiva, radiofónica e mesmo a dos jornais de grande tiragem, destina-se justamente às grandes massas sem poder de intervenção. A informação relevante, que constitui uma vantagem decisiva no combate sociopolítico, económico e cultural, encontra-se hoje as mais das vezes em boletins, revistas e estudos especializados, destinados a pequenos círculos de leitores.

Mas o mais grave é que informações importantes dadas pelos órgãos de comunicação de massas são, pela própria natureza destes órgãos, trivializadas. O destaque de primeira página ou de abertura do noticiário não lhes confere uma natureza diferente das muitas notícias infames que se lhes seguem. Além de que muitas outras vezes se destacaram notícias, reveladas banalidades no dia seguinte. A inanidade geral, consubstanciada pelo próprio órgão de comunicação, apodera-se das notícias importantes e retira-lhes o seu valor informativo.

Posto isto, quer dizer, exposta a inanidade informativa resultante da curiosidade informativa, não é difícil compreender o quanto a informação é diversão. *Infotainment* lhe chamam os americanos numa feliz síntese de *information e entertainment*. Diversão antes de mais porque desprovida de real importância, leve e despreocupada. Não significa isto que seja uma infor-

mação divertida, o conteúdo pode não ser, mas a sua função. A informação é diversão quando desvia a atenção de quem a recebe das circunstâncias e dos reais problemas do dia a dia. É este desvio da atenção que caracteriza justamente a diversão. Quem se diverte, seja no teatro, no cinema ou no desporto, não pensa no que o compromete na vida quotidiana. Só que nem tudo serve, ou melhor, tem a força suficiente para desviar a atenção; é preciso que o diverso oferecido pela diversão consiga chamar a si a atenção. A diversão é tanto maior quanto mais chamar a si a atenção e, simultaneamente, mais despreocupada for. Ora, quanto maiores forem as catástrofes, as misérias e os escândalos noticiados, tanto mais chamarão a atenção e, por maiores que sejam, em nada afetarão o quotidiano dos telespectadores. Não há qualquer risco ou compromisso nas notícias, o consumo da informação é inofensivo e a diversão possível.

## 5. Conclusão

Há informação e informação, há uma que forma e outra que diverte. Com o surgimento da rádio e, sobretudo, da televisão, o pendor da informação passou da formação a diversão. A informação pela imagem é substancialmente diferente da informação verbal, como já a informação oral (radiofónica) era diferente da informação impressa. A introdução da imagem e da cor contribui decisivamente para fazer da informação uma diversão (veja-se a imprensa do coração e a evolução tecnológica dos meios de comunicação favoreceram a mudança do pendor informativo. Mesmo na imprensa, a introdução da imagem da moda). Não quer isto dizer que toda a informação se converteu em diversão ou que é esse o seu destino. O que se diz é que a informação para o grande público é cada vez mais uma informação talhada à medida da curiosidade informativa e menos uma informação visando a formação cívica dos seus destinatários.

Aumentaram e diversificaram-se os espaços informativos. A informação que não obedece à curiosidade informativa, que toca os interesses reais dos destinatários, advém crescentemente uma informação especializada. Economia, finanças, política, cultura preenchem espaços informativos próprios, espaços estes destinados a público específico. Ora é esta informação substancial, por vezes designada de informação séria, que condiciona a participação dos recetores na vida pública. Donde se conclui que, quando hoje em dia se fala de informação e das suas funções, haja a necessidade de distinguir. A informação continua a ser um elemento essencial à formação cívica dos cidadãos, só que essa formação é uma opção dos recetores da informação e

não uma educação imposta pelos jornalistas. A função formativa da informação exerce-se já no âmbito de uma consciência cívica, ao mesmo tempo que a fortalece, mas raramente a instaura. Mais fundo que a consciência cívica está enraizada no homem a curiosidade informativa, pelo que, se não houver um propósito consciente de informação participativa na *res publica*, a informação orientar-se-á pela curiosidade informativa e tornar-se-á diversão.