

## Artigo de Opinião

### Melhores *media* exigem a ação de todos

Abordar a noção de construção social da realidade requer hoje sagacidade para que a intenção benévola que a motiva não se transforme num problema. A confusão que está instalada no ecossistema mediático, nos debates, nas conversas e nas nossas cabeças recomenda precisão.

A questão está em determinar como é que a informação, isto é, o conhecimento, nos é apresentada e se estabelece como realidade social. É em contextos e situações sociais que o acontecimento ocorre. A questão crítica resulta da configuração que o seu relato assume ao chegar a quem não o testemunhou.

A construção social que se produz de um acontecimento, a sua representação, é sempre contagiada pelo olhar subjetivo de quem o narra. Cada um vê os factos segundo a conceção que tem do mundo e em função da sua experiência. Mas um hipotético desvio em relação ao que aconteceu num contexto específico é diferente da construção dolosa de um real fraudulento.

Quero com isto dizer que quem conta alguma coisa faz uma interpretação daquilo que observou. Ao fazê-lo pode cometer um erro, mesmo que seja de boa-fé. Diametralmente diferente é a ação de quem constrói a falsa informação e a dissemina com um propósito. Estas são questões de sempre.

Mas se transpusermos a situação para o ecossistema dos *media* no momento actual, somos tentados, o que não é novo, a reduzir o problema à qualificação dos profissionais. E a esquecer o poder político e económico à sua volta e as estratégias ilícitas de propaganda.

Mas a questão nova que hoje enfrentamos vai mais além. O ecossistema dos *media* mudou, assim como o modelo de negócio, há outros atores a operar e mudou a forma de aceder ao público. Embora haja exceções, o negócio dos *media* passou a estar centrado no lucro, o que pressupõe audiências vastas, cuja atenção é captada com recurso à informação que explora os sentimentos mais básicos e todo o tipo de acontecimentos propícios à dramatização e ao conflito.

Acrescem novos atores que produzem informação falsificada e a distribuem diretamente a cada indivíduo, através de redes sociais. Criam uma realidade fraudulenta, que por vezes contamina os *media* tradicionais.

A solução não é fácil e requer a ação de todos. Reside no profissionalismo dos jornalistas, na ética das empresas de *media*, na regulação do sistema, numa formação que confira cientificidade à investigação profissional e em públicos críticos e ativos.

*Prof. Doutor Orlando César, docente da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal (ESE/IPS)*

*In O Setubalense (21-05-2018)*

