

## **Revista Segurança e Defesa**

### **A responsabilidade do jornalismo na (in)segurança.**

Em 30 de Outubro de 1938, Orson Welles transmitiu uma dramatização de "A Guerra dos Mundos" de Herbert George Wells na estação de rádio CBS. O nosso mundo estava a desaparecer.

Milhares de pessoas acreditavam no que estavam a ouvir. Durante a emissão ouvia-se directamente da frente de combate o que o jornalista estava a ver. Surgiram declarações dos responsáveis militares e de Governo, preparadas em estúdio, apelando à calma, enquanto nas ruas a agitação dos cidadãos, que efectivamente entraram em pânico, era já uma realidade.

Este exemplo do passado ajuda a confirmar que a comunicação social é cada vez mais, nos dias de hoje, um importante meio para contribuir para o sentimento de (in) segurança de cada um.

Não nos devemos esquecer que os profissionais de comunicação social representam um grupo com responsabilidades não só na informação como na formação permanente da opinião pública.

É através das televisões, rádios, internet e jornais que nos entra todos os dias, em nossa casa e sem precisar de autorização, a notícia de mais uma tragédia, um crime, um atentado, etc.

A mediatização deste tipo de acontecimentos pode provocar o crescimento do sentimento de insegurança, que por sua vez pode levar à tomada de atitudes e decisões irresponsáveis por parte do público. Convém aqui diferenciar os conceitos de insegurança e sentimento de insegurança. Em breves palavras insegurança significa falta de segurança real, enquanto sentimento de insegurança corresponde a uma sensação pessoal, que até pode ser colectiva, mas que não é real.

Actualmente qualquer cidadão consumidor de notícias é confrontado com informações e antevisões de ataques militares, de atentados, de crimes de sangue, roubos, etc. Uma espiral de acontecimentos que cada vez mais deve levar os jornalistas a reflectirem sobre o que escrevem e como escrevem. Não que com esta reflexão se queira interferir na liberdade de imprensa, mas que se reforce a responsabilidade de quem produz informação.

Alguns órgãos de informação, de grande audiência, centram e abrem as suas páginas ou noticiários destacando os crimes de sangue, roubos e histórias de miséria. Neste campo, e apesar do exemplo de Orson Welles, podemos colocar a imprensa radiofónica de fora, pelo facto de as suas

principais notícias se centrarem em acontecimentos políticos, sociais e desportivos.

Vejam, como exemplo, a situação no nosso país.

Recentemente, números divulgados pelo Ministério da Administração Interna<sup>1</sup> mostravam uma diminuição do número de crimes a nível nacional, havendo um recuo de 7850 crimes. A isto junta-se também um reforço no número de efectivos policiais, que está acima da média da União Europeia, tendo Portugal cerca de 467 polícias por cada 10 mil habitantes. Um país onde também não se tem registado um aumento da delinquência juvenil e que está classificado, segundo o Ministério, como o nono país mais seguro do mundo. Estes dados, que apontam para mais segurança, contrastam com a sensação de um crescente clima de insegurança que os cidadãos têm, possivelmente em resposta às notícias difundidas por alguns órgãos de comunicação mais sensacionalistas.

Al Gore no seu último livro, *O Ataque à Razão*, refere a questão das estatísticas e da televisão e diz mesmo que apesar dos números reais mostrarem uma diminuição da criminalidade, basta a cobertura televisiva ser maior para aumentar o medo e o sentimento de insegurança.

O bombardeamento constante de informação pode tornar-se lesivo para o consumidor que, ao ficar atolado em notícias, se torna incapaz de digerir ou perspectivar a realidade.

Este constante debitar de notícias ajuda a vender, a conseguir audiências. Está provado que as notícias relacionadas com a segurança e com os crimes violentos ajudam a dar audiências<sup>2</sup>. São estas audiências que atraem o mercado publicitário que acabam, por sua vez, por fazer subir as acções em bolsa das empresas detentoras dos títulos.

São as rádios, as televisões, os jornais e agora a internet que logo pela manhã nos dão uma visão do mundo e nos alertam, acabando por nos fornecer os temas das conversas que havemos de ter ao longo do dia.

Regressando ao nosso país, e tendo em conta os dados oficiais que mostram o aumento da segurança, fica por descobrir a resposta à pergunta “Porque é que as pessoas parecem não acreditar?”. Não será aqui que os nossos profissionais dos media têm responsabilidades?

São estes profissionais que nunca se devem esquecer da notoriedade e credibilidade que possuem junto dos seus públicos.

Os media deverão ter cada vez mais atenção, controlo e cuidado no que divulgam sobre segurança colectiva e de cada um. Nos dias em que estamos os órgãos de comunicação social em geral são cada vez mais um importante parceiro na gestão da segurança. É que o sentimento de insegurança, quando surge acaba por anular a razão.

---

<sup>1</sup> Rui Pereira, Jornal de Notícias, 25 de Dezembro de 2007.

<sup>2</sup> Al Gore, *O Ataque à Razão*, Esfera do Caos, 2007, pág. 47.

Ricardo Pires

Assessor de Imprensa

Publicado no número 6 da revista Segurança e Defesa