

Evite as Notícias

Para uma Dieta Noticiosa Saudável

por Rolf Dobelli

Tradução por Vasco Goia Trindade (ECO123)

PRÓLOGO

Este artigo é o antídoto das notícias. É longo, e provavelmente não o conseguirá apressadamente. Graças ao elevado consumo de notícias, muitas pessoas perderam o hábito da leitura e lutam para absorver mais do que quatro páginas sucessivas. Este artigo irá demonstrar-lhe como sair dessa armadilha – se não estiver já demasiado preso.

AS NOTÍCIAS ESTÃO PARA A MENTE COMO O AÇÚCAR PARA O CORPO

Estamos tão bem informados e no entanto sabemos tão pouco. Porquê?

Encontramo-nos nesta triste condição porque há 200 anos inventámos uma forma tóxica de conhecimento chamada “notícias”. Chegou a altura de reconhecer os efeitos prejudiciais das notícias para as pessoas e sociedades, e tomar as medidas necessárias para se proteger desses perigos.

Os seres humanos são, essencialmente, homens das cavernas em fatos e vestidos. Os nossos cérebros estão otimizados para o nosso ambiente original de caçadores-recolectores onde vivíamos em pequenos bandos de 25 a 100 indivíduos com fontes de alimento e informação limitadas. Os nossos cérebros (e corpos) vivem agora num mundo que é o oposto daquele que estamos concebidos para lidar. Isto

conduz a um grande risco e a um comportamento inapropriado e absolutamente perigoso.

Nas últimas décadas, os mais afortunados de nós reconheceram os perigos de viver com uma superabundância de hidratos de carbono (obesidade, diabetes) e começaram a modificar as suas dietas. Mas a maioria de nós ainda não compreende que as notícias são para a mente o que o açúcar é para o corpo. As notícias são fáceis de digerir. Os media alimentam-nos com pequenas doses de assuntos triviais, aperitivos que não dizem respeito às nossas vidas e não exigem pensamento. É por isso que praticamente não sentimos saturação. Ao contrário de ler livros e artigos de imprensa extensos e aprofundados (que implicam pensar), podemos engolir quantidades ilimitadas de instantâneos noticiosos, quais guloseimas de cores vibrantes para a mente.

Hoje, chegámos ao mesmo ponto relativamente à sobrecarga de informação que atingimos há 20 anos face à ingestão de alimentos. Começamos a reconhecer quão tóxicas podem ser as notícias e aprendemos a dar os primeiros passos no sentido de uma dieta informativa.

Esta é a minha tentativa para esclarecer sobre os perigos tóxicos das notícias – e para recomendar algumas maneiras de lidar com eles. Vivo sem notícias há um ano, pelo que consigo ver, sentir e reportar os efeitos desta liberdade na primeira pessoa: *menos interrupções, mais tempo, menos ansiedade, pensamento aprofundado, mais discernimento*. Não é fácil, mas vale a pena.

O meu bom amigo Nassim Nicholas Taleb, autor de O Cisne Negro, foi uma das primeiras pessoas a reconhecerem o consumo de notícias como um problema grave. Devo-lhe muitas das seguintes conclusões.

Nº 1 – AS NOTÍCIAS INDUZEM-NOS SISTEMATICAMENTE EM ERRO

As coberturas noticiosas não representam o mundo real.

Os nossos cérebros estão conectados para dar atenção às investidas visíveis, abundantes, escandalosas, sensacionalistas, chocantes, personalizadas, formatadas, rapidamente modificáveis, ruidosas e gráficas de estímulos. Os nossos cérebros têm atenção limitada para gastar em peças mais subtis de informação que sejam pequenas, abstractas, ambivalentes, complexas, de desenvolvimento lento e tranquilas, muito menos silenciosas. As organizações noticiosas exploram sistematicamente esta tendência.

Os canais mediáticos de notícias focam-se, geralmente, no extremamente visível. Exibem qualquer informação que possam transmitir em histórias envolventes e com imagens chocantes, e sistematicamente ignoram o subtil e o insidioso, mesmo se esse material é mais importante. As notícias prendem a nossa atenção; assim funciona o seu modelo de negócio. Mesmo se o modelo publicitário não existisse, continuaríamos a absorver peças noticiosas porque são fáceis de digerir e superficialmente saborosas.

O extremamente visível induz-nos em erro.

Considere o seguinte exemplo. Um carro atravessa uma ponte, e esta cai. Qual o foco dos media noticiosos? O carro. A pessoa no carro. De onde vinha. Para onde ia. Como experienciou a queda (se sobreviveu). Que tipo de pessoa é (era). Mas – isso é tudo completamente irrelevante. O que é relevante? A estabilidade estrutural da ponte. Esse é o risco essencial que estava oculto e que se pode ocultar noutras pontes. Essa é a lição a retirar deste evento.

O carro não importa de todo. Qualquer carro poderia ter provocado o colapso da ponte. Poderia ter sido um vento forte ou um cão a atravessar a ponte. Então, porquê a cobertura mediática do carro? Porque é vistoso, é dramático, é uma pessoa (não-abstracto), e são notícias baratas de produzir.

Como resultado das notícias, vivemos com um *mapa de riscos* totalmente *errado* nas nossas cabeças.

- O terrorismo é sobrevalorizado. O *Stress Crónico* é subvalorizado.
- O colapso da Lehman Brothers é sobrevalorizado. A Irresponsabilidade Fiscal é subvalorizada.
- Os astronautas são sobrevalorizados. As enfermeiras são subvalorizadas.
- A Britney Spears é sobrevalorizada. Os relatórios do IPCC (1) são subvalorizados.
- A queda de aviões é sobrevalorizada. A resistência a antibióticos é subvalorizada.

Não somos suficientemente racionais para sermos expostos à imprensa sensacionalista. É algo muito perigoso, porque o mapeamento probabilístico que obtemos ao consumir notícias é completamente diferente dos riscos que enfrentamos na realidade. Ver um desastre aéreo na televisão irá mudar a sua atitude em relação a esse risco seja qual for a sua real probabilidade, independentemente da sua sofisticação intelectual. Se acha que pode contrariar esta tendência com a sua capacidade de auto-contemplação, está enganado. Os banqueiros e economistas – que gozam de poderosos incentivos para compensar riscos decorrentes das notícias – demonstram não o conseguir. A única solução: privar-se totalmente do consumo de notícias.

Nº 2 – AS NOTÍCIAS SÃO IRRELEVANTES

Das cerca de 10.000 notícias que leu nos últimos 12 meses, indique uma que – porque a consumiu – lhe tenha permitido tomar uma decisão melhor sobre um assunto importante para a sua vida, a sua carreira, o seu negócio – comparando

com o que saberia se não tivesse engolido aquele naco de notícias.

A conclusão é: o consumo de notícias é irrelevante para as forças que realmente importam na sua vida. Na melhor das hipóteses, entretém, mas permanece irrelevante.

Assumindo que, contra todas as probabilidades, encontrou uma peça noticiosa que melhorou substancialmente a sua qualidade de vida – comparando como o modo como a sua vida decorreria se não a tivesse lido ou visto. Quantas trivialidades teve o seu cérebro de digerir para chegar a essa pepita relevante? Mesmo essa questão é uma análise em retrospectiva. Olhando em frente, não podemos esperar identificar o valor de uma notícia antes de a vermos, e como tal somos forçados a digerir tudo que existe no *buffet* noticioso. Valerá a pena? Provavelmente não.

Em 1914, a peça sobre o assassinato em Sarajevo abafou todas as outras notícias em termos da sua importância global. Porém, o assassinato em Sarajevo foi apenas uma dos vários milhares de histórias em circulação nesse dia. Nenhuma organização noticiosa tratou este homicídio historicamente fulcral como algo mais do que outro assassinato de inspiração política.

O primeiro *browser* de internet estreou-se em 1995. O nascimento público desta peça de *software* imensamente relevante passou ao lado da imprensa apesar do seu vasto impacto futuro.

As pessoas têm muitas dificuldades em reconhecer o que é *relevante*. É muito mais fácil reconhecer o que é *novo*. Não estamos equipados com órgãos sensoriais para relevância. A relevância não surge com naturalidade. As novidades (2) sim. É por isso que os media apostam no que é novo. (Se as nossas mentes fossem estruturadas no outro sentido, os media certamente apostariam no relevante.) Relevância contra Novidade – eis a batalha fundamental do homem moderno.

As notícias inundam-no com uma visão do mundo que não é relevante para a sua vida. O que significa relevância? Significa: o que é importante para si pessoalmente. *A relevância é uma escolha pessoal*. Não aceite a definição dos media. Para os media, qualquer relato que venda muitos exemplares é relevante – Darfur, Paris Hilton, um acidente ferroviário na China, algum recorde do mundo imbecil (como alguém que comeu 78

hambúrgueres em uma hora). Esta fraude está na essência do modelo de negócios da indústria noticiosa. Vende o relevante, mas entrega o novo.

As organizações de media querem que acredite que as notícias asseguram um certo tipo de vantagem competitiva às pessoas. Muitas pessoas caem nisso. Ficamos ansiosos quando no cortam o fluxo noticioso. Tememos perder algo importante. Na verdade, o consumo de notícias é uma *desvantagem competitiva*. Quanto menos notícias consumir, maior a vantagem que terá.

Teme perder “algo importante”? Na minha experiência, se algo realmente importante acontece, irá saber disso, mesmo que viva num cazulo que o protege das notícias. Amigos e colegas irão contar-lhe sobre eventos relevantes de um modo muito mais fidedigno que qualquer organização noticiosa. Irão actualizá-lo com o benefício adicional da metainformação, dado conhecerem as suas prioridades e você sabe como eles pensam. Aprenderá muito mais sobre eventos realmente importantes e mudanças sociais lendo sobre eles em jornais especializados, revistas de análise ou bons livros e falando com pessoas conhecedoras.

Nº 3 – AS NOTÍCIAS LIMITAM A COMPREENSÃO

As notícias não têm poder explicativo. Os itens noticiosos são pequenas bolhas que rebentam à superfície de um mundo muito mais profundo.

As organizações noticiosas orgulham-se de reportar os factos correctamente, mas os factos que tanto prezam são apenas epifenómenos de causas mais profundas. Quer as organizações noticiosas, quer os consumidores de notícias confundem saber uma litania de factos com compreender o mundo.

Não são os “factos noticiosos” que são importantes, mas as linhas que os conectam. O que realmente pretendemos é *compreender os processos subjacentes*, como as coisas acontecem. Infelizmente, muito poucas organizações noticiosas conseguem explicar a causalidade porque a maioria dos processos subjacentes que controlam as mudanças sociais, políticas e ambientais significativas são invisíveis. Estes são complexos, não lineares e

difíceis de serem digeridos pelos nossos cérebros (e os dos jornalistas). Porque optam as organizações noticiosas pelas histórias leves, os episódios, escândalos, histórias sobre pessoas e imagens? A resposta é simples: porque são baratas de produzir.

A histórias importantes são não-histórias: mudanças lentas e poderosas que se desenvolvem sob o radar jornalístico mas têm um efeito transformador.

A maioria das pessoas acredita que ter mais informação as ajuda a tomar melhores decisões. As organizações noticiosas incentivam esta crença. Raios, é no seu interesse. A acumulação de factos irá ajudá-lo a compreender o mundo? Lamentavelmente, não. Esta relação é, na verdade, inversa. Quanto mais “factóides noticiosos” digere, menos irá compreender do panorama global.

Não existem provas que indiquem que viciados em informação são melhores decisores. Não são certamente mais bem sucedidos do que o cidadão típico. Se mais informação conduzisse a um maior sucesso económico, seria de esperar que os jornalistas estivessem no topo da pirâmide. Não é esse o caso. Antes pelo contrário. Não sabemos o que faz as pessoas terem sucesso, mas acumular nacos de notícias não será certamente.

Ler notícias para entender o mundo é pior do que não ler nada. Melhor ainda: abdique totalmente de consumir notícias diárias. Leia livros e jornais sérios em vez de engolir cabeçalhos cintilantes.

Nº 4 – AS NOTÍCIAS SÃO TÓXICAS PARA O SEU CORPO

As notícias estão constantemente a activar o sistema límbico. Histórias alarmantes estimulam a libertação de rios de glucocorticóides (cortisol). Isto desregula o seu sistema imunitário e inibe a libertação de hormonas de crescimento. Por outras palavras, o seu corpo permanece num estado de *stress* crónico. Elevados níveis de glucocorticóides provocam problemas de digestão, falta de crescimento (células, cabelo, osso), nervosismo e vulnerabilidade a infecções. *Os consumidores de notícias arriscam debilitar a sua saúde física.* Os

outros efeitos secundários potenciais incluem medo, agressividade, visão afunilada e dessensibilização.

Nº 5 – AS NOTÍCIAS AUMENTAM MASSIVAMENTE OS ERROS COGNITIVOS

As notícias alimentam o maior de todos os erros cognitivos: a *tendência de confirmação*. Automática e sistematicamente filtramos provas que contradizem os nossos preconceitos em prol de provas que confirmam as nossas crenças. Nas palavras de Warren Buffet: “Aquilo que o ser humano faz melhor é interpretar toda a informação nova de modo a que as suas conclusões prévias permaneçam intactas.” Isso é a tendência de confirmação. O consumo de notícias, e especialmente de influxos personalizados de notícias, exacerbam esta falha humana. O resultado é que nos movimentamos numa nuvem de dados aparentemente validatórios – mesmo quando as nossas teorias sobre o mundo e nós próprios podem estar erradas. Tornamo-nos propensos ao excesso de confiança, a correr riscos estúpidos e a avaliar mal as oportunidades.

As notícias não alimentam apenas a tendência de confirmação, também exarcebam outro erro cognitivo: a *tendência narrativa*. Os nossos cérebros anseiam por histórias que “façam sentido” – mesmo que não correspondam à realidade. E as organizações noticiosas têm gosto em providenciar essas histórias falsas. Ao invés de apenas reportar que a Bolsa de Valores caiu (ou subiu) 2%, os *pivots* televisivos proclamam, “A Bolsa caiu 2% devido a X.” Este X pode ser uma previsão de lucro de um banco, medo sobre o Euro, estatísticas de folhas de pagamentos do sector não agrícola, uma decisão Federal, um ataque terrorista em Madrid, uma greve no metropolitano de Nova Iorque, um aperto de mão entre dois presidentes, qualquer coisa, na verdade.

Isto recorda-me o liceu. O meu manual de história especificava sete razões (não seis ou oito) pelas quais eclodiu a Revolução Francesa. A verdade é que não sabemos porque a Revolução Francesa se iniciou. E especialmente não sabemos porque tal sucedeu em 1789. E não sabemos porque se movimentou a Bolsa de Valores da forma que o faz. Demasiados factores enquadram-se nessas

mudanças. Não sabemos porque rebenta uma guerra, porque se atinge uma inovação tecnológica ou porque dispara o preço do petróleo. Qualquer jornalista que escreva, “O mercado alterou-se por causa de X.” Ou “ a companhia faliu devido a Y” é um idiota. Claro que X pode ter sido uma influência casual, mas isso está longe de estabelecido, e outras influências podem ser muito mais significativas. Em grande parte, as reportagens noticiosas nada mais são do que histórias e anedotas que acabam por substituir análises coerentes. Estou farto desta maneira barata de “explicar” o mundo. É inapropriada. É irracional. É uma falsificação. É recuso que isso contamine o meu raciocínio.

Nº 6 – AS NOTÍCIAS INIBEM O RACIOCÍNIO

Pensar requer concentração. Concentração requer tempo ininterrupto. As notícias são como radicais livres flutuantes que interferem com a lucidez de pensamento. As notícias são especificamente concebidas para o interromper. São como vírus que captam a atenção para os seus propósitos. Isto não é sobre roubar tempo (ver razão 8). Isto é sobre a impossibilidade de pensar claramente porque se abriu ao fluxo de factóides perturbadores.

As notícias tornam-nos *pensadores superficiais*. Mas é pior do que isso. As notícias *afectam gravemente a memória*.

Existem dois tipos de memória. A capacidade da memória de longo prazo é praticamente infinita, mas a memória de trabalho é limitada a uma quantidade mínima de informação instável (tente repetir um número de telefone de 10 dígitos após ouvi-lo pela primeira vez). O caminho das memórias de curto para as de longo prazo é um ponto de congestionamento no cérebro, mas tudo o que pretenda compreender tem de passar por lá. Se a passagem está perturbada, nada passa. Como as notícias perturbam a concentração, também enfraquecem activamente a compreensão.

Você não visita Paris por apenas uma hora ou corre pelo Museu de Arte Moderna em dois minutos. Porque não? Porque o cérebro precisa de tempo para se preparar. A concentração exige um mínimo de 10 minutos de leitura. Com menos tempo, o seu

cérebro irá processar a informação apenas superficialmente e praticamente não a armazenando. As peças noticiosas são como vento a bater na sua bochecha. Pergunte-se: Quais foram os dez principais assuntos de notícias há um mês atrás (que já não estejam nas notícias hoje)? Se sente dificuldade em recordar, não está sozinho. Porque querará consumir algo que não acresce à sua massa de conhecimento?

As notícias online têm um impacto ainda pior. Num estudo de 2001 (3), dois académicos Canadianos demonstraram que a compreensão declina conforme o número de hiperligações num documento aumenta. Porquê? Porque sempre que um link aparece, o seu cérebro tem de, pelo menos, tomar a decisão de não clicar, o que já de si é distractor.

Os consumidores de notícias são crédulos no respeitante à irrelevância, e os maiores crédulos são os de notícias online. As notícias são um sistema interruptivo. Prende a sua atenção apenas para a baralhar. A par da falta de glucose na corrente sanguínea, as notícias distractoras são a maior barreira ao pensamento lúcido.

Nº 7 – AS NOTÍCIAS MUDAM A ESTRUTURA DO SEU CÉREBRO

As notícias funcionam como uma droga. Conforme as histórias se desenrolam, queremos naturalmente saber como elas continuam. Com centenas de enredos arbitrários nas nossas cabeças, esta ânsia crescentemente motivadora torna-se mais difícil de ignorar.

Porque são as notícias viciantes? Assim que adquire o hábito de verificar as notícias, é compelido a consultá-las com maior regularidade. A sua atenção foca-se nos eventos de última hora, pelo que anseia por mais informação sobre eles. Isto está relacionado com um processo chamado “potenciação de longo termo” (4) e os circuitos de recompensa no seu cérebro. Os viciados procuram mais da substância aditiva para se satisfazerem, porque necessitam de mais estimulação do que pessoas sem o vício para atingirem o limiar de recompensa. Se concentrar a sua atenção noutras coisas – como literatura, ciência, arte, história, culinária, tratar animais de estimação,

qualquer coisa – ficará mais focado nelas. É simplesmente assim que o cérebro funciona.

A ciência costumava pensar que o nosso cérebro, as densas conexões formadas entre os 100 mil milhões de neurónios dentro dos nossos crâneos, estava essencialmente definido ao chegarmos à idade adulta. Hoje sabemos que isso não se verifica. O cérebro humano é extremamente plástico. As células nervosas quebram conexões velhas e formam novas rotinamente. Quando nos adaptamos a um novo fenómeno cultural, incluindo o consumo de notícias, acabamos com um cérebro diferente. A adaptação às notícias ocorre a um nível biológico. As notícias reprogramam-nos. Isso significa que o nosso cérebro funciona de modo diferente mesmo quando não estamos a consumir notícias. E isso é perigoso.

Quanto mais notícias consumimos, mais exercitamos os circuitos neurais dedicados a ler à pressa e às multitarefas enquanto ignoramos aqueles utilizados para leitura aprofundada e pensar com concentração. A maioria dos consumidores de notícias – mesmo que tenham sido ávidos leitores de livros – perderam a capacidade de ler e absorver artigos extensos ou livros. Após quatro, cinco páginas ficam cansados, perdem a concentração, ficam inquietos. Não é porque estejam mais velhos ou os seus horários sejam mais onerosos. É porque a estrutura física dos seus cérebros mudou. Nas palavras do Professor Michael Merzenich (Universidade da Califórnia, São Francisco), um pioneiro no campo da neuroplasticidade: “Estamos a treinar os nossos cérebros a prestarem atenção à porcaria.”

A leitura profunda é indistinguível do pensamento profundo. Quando consome notícias, o seu cérebro modifica-se estruturalmente. Isto significa que o modo como pensa muda. Recuperar a capacidade de concentração e contemplação implica nada menos que uma dieta radical livre de notícias.

Nº 8 – AS NOTÍCIAS SÃO CARAS

As notícias gastam tempo. Requerem custos exorbitantes.

As notícias afectam a produtividade de três modos. Primeiro, conte o tempo de consumo que as

notícias exigem. Esse é o tempo efectivo que demora a ler, ouvir ou ver as notícias.

Segundo, confira o tempo de focalização – ou custo de transição. É o tempo que perde tentando voltar ao que estava a fazer antes das notícias o interromperem. Tem de organizar as suas ideias. O que estava prestes a fazer? Sempre que interrompe o seu trabalho para ver as notícias, reorientar-se custa mais tempo.

Terceiro, as notícias distraem-nos mesmo horas depois de termos digerido os assuntos do dia. As histórias e imagens noticiadas vêm à memória horas, por vezes dias, depois, constantemente interrompendo a sua linha de pensamento. Porque quereria fazer isso a si próprio?

Se ler o jornal durante 15 minutos cada manhã, depois verificar as notícias noutros 15 minutos durante o almoço e 15 minutos antes de se deitar, está a comer tempo substancial. Depois, acrescente cinco minutos aqui e ali quando está no trabalho, mais distração e tempo de focalização. Irá perder pelo menos *meio dia por semana* de tempo produtivo. Meio dia – e para quê?

A um nível global, a perda de produtividade potencial é imensa. Considere os ataques de 2008 em Mumbai, onde terroristas assassinaram algumas 200 pessoas num acto de aterrorizante exibicionismo. Imagine que mil milhões de pessoas dedicaram, em média, uma hora da sua atenção à tragédia de Mumbai: acompanhando as notícias, vendo algum comentador na televisão, pensando nisso. O valor é um palpite, mas não deverá estar longe de ser correcto. A Índia, por si só, possui mais de mil milhões de habitantes. Muitos deles passaram dias inteiros acompanhando a tragédia. Mil milhões de pessoas vezes uma hora são mil milhões de horas, o que é mais de 100.000 anos. A esperança média de vida global é actualmente de 66 anos. Portanto quase 2.000 vidas foram engolidas pelo consumo de notícias. É muito mais do que o número de pessoas assassinadas. De certa maneira, os agentes noticiosos tornaram-se parceiros involuntários dos terroristas. Pelo menos os ataques no Mumbai tiveram um impacto concreto. Considere as horas perdidas quando Michael Jackson morreu – nenhum conteúdo real nas histórias, e milhões de horas desperdiçadas.

A informação já não é uma mercadoria escassa. Mas a atenção é. Porquê oferecê-la tão

facilmente? Você não é tão irresponsável com o seu dinheiro, a sua reputação ou a sua saúde. Porquê oferecer a sua mente?

Nº 9 – AS NOTÍCIAS QUEBRAM A RELAÇÃO ENTRE REPUTAÇÃO E REALIZAÇÃO

A reputação influencia como as pessoas cooperam em sociedade. No nosso passado ancestral, a reputação de uma pessoa estava directamente relacionada com os seus feitos. Você via um membro da sua tribo matar sozinho um tigre e espalhava a palavra sobre a sua coragem.

Com o advento das notícias produzidas em massa, o conceito estranho de “fama” entrou na nossa sociedade. A fama é enganadora porque geralmente as pessoas tornam-se famosas por razões que têm muito pouca relevância para as nossas vidas. Os media concedem fama às estrelas de cinema e *pivots* noticiosos por razões vãs. As notícias quebram a relação entre reputação e realização. A tragédia é que a notoriedade *pop* afasta do grande público os feitos daqueles que fazem contribuições mais substanciais.

Nº 10 – AS NOTÍCIAS SÃO PRODUZIDAS POR JORNALISTAS

Os jornalistas bons e profissionais demoram tempo com as suas histórias, autenticam os factos e tentam reflectir nos conteúdos. Mas como em qualquer outra profissão, o jornalismo tem praticantes incompetentes e desleais que não tem tempo – ou a capacidade – para uma análise profunda. Poderá não conseguir distinguir entre uma reportagem profissional e refinada e um artigo apressado, verboso e pago à peça por um escritor com contas a ajustar. Tudo parece notícias.

A minha estimativa: menos de 10% das histórias noticiadas são originais. Menos de 1% são realmente fruto de investigação. E apenas uma vez em cada 50 anos, jornalistas expõem um Watergate. Muitos repórteres improvisam o resto das notícias a partir de relatórios de outras pessoas, conhecimento comum, pensamento superficial e seja o que for que

o jornalista encontra na internet. Alguns repórteres copiam uns dos outros ou recorrem a peças antigas, sem necessariamente actualizá-las com algumas correcções. A cópia e a cópia das cópias multiplicam as falhas nas histórias e a sua irrelevância.

Nº 11 – OS FACTOS NOTICIADOS ESTÃO POR VEZES ERRADOS, AS PREVISÕES SEMPRE

Por vezes, os factos reportados estão simplesmente errados. Com os orçamentos editoriais reduzidos nas grandes publicação, a revisão de factos no processo noticioso está em perigo.

A revista *The New Yorker* é lendária pela sua revisão de factos. Conta-se a história de que quando um artigo mencionava o Empire State Building, alguém do departamento de revisão saía e verificava visualmente se, de facto, o edifício continuava de pé. Não sei se a história é verdadeira, mas destaca um ponto. Hoje, o revisor é uma espécie ameaçada na maioria das companhias noticiosas (embora vivo e de boa saúde no *The New Yorker*).

Muitas histórias noticiosas incluem previsões, mas prever algo com precisão num mundo complexo é impossível. Provas avassaladoras indicam que os prognósticos de jornalistas e de peritos em finanças, desenvolvimento social, conflitos globais e tecnologia são quase sempre totalmente errados. Então, porquê consumir esse lixo?

Os jornais previram a Primeira Guerra Mundial, a Grande Depressão, a revolução sexual, a queda do império Soviético, a ascensão da internet, resistência aos antibióticos, o decréscimo da natalidade na Europa ou a explosão de casos de depressão? Talvez encontrasse uma ou duas previsões correctas num mar de milhões delas incorrectas. *Previsões incorrectas não são apenas inúteis, são prejudiciais.*

Para aumentar a precisão dos seus prognósticos, elimine as notícias e lance os dados ou, se estiver preparado para aprofundar, leia livros e jornais com conhecimento para perceber as forças invisíveis que afectam o nosso mundo.

Nº 12 – AS NOTÍCIAS SÃO MANIPULADORAS

O nosso passado evolucionário equipou-nos com um bom detector de aldrabices para as interacções face a face. Automaticamente utilizamos muitos pistas para detectar manipulação, pistas que vão para além da mensagem verbal e incluem gestos, expressões faciais, e sinais de nervosismo tais como palmas suadas, ruborização e odor corporal. Vivendo em pequenos bandos de pessoas, quase sempre sabíamos o passado do mensageiro. A informação vinha sempre com um rico aparato de metainformação. Actualmente, mesmo os leitores conscientes constatarem que distinguir entre notícias imparciais e notícias com agenda própria é difícil e esgotante. Porquê passar por isso?

As histórias são escolhidas ou prejudicadas para agradar aos anunciantes (tendência publicitária) ou aos donos dos media (tendência corporativa), e cada posto de media tem uma tendência para reportar o que toda a gente está a reportar, e para evitar histórias que possam ofender alguém (tendência do grande público).

A indústria das relações públicas (RP) é tão grande quanto a indústria de reportar notícias – a melhor prova de que jornalistas e organizações noticiosas *podem* ser manipulados, ou pelo menos influenciados ou persuadidos. As corporações, grupos de interesse e outras organizações não investiriam somas tão grandiosas em RP se não funcionassem. Se os moldadores de opinião (4) conseguem manipular jornalistas, que possuem um cepticismo natural em relação a organizações poderosas, o que o faz pensar que consegue escapar aos seus truques?

Consideremos a história de Nurse Nayirah. Nayirah era uma rapariga Kuwaitiana de 15 anos que testemunhou no Congresso dos E.U.A. durante a escalada para a Guerra do Golfo de 1991. Alegou ter testemunhado o assassinato de infantes por soldados Iraquianos no Kuwait. Virtualmente todos os canais de media cobriram a história. O público norte-americano ficou indignado, o que por sua vez colocou o Congresso mais perto de aprovar a guerra. O seu testemunho, que todos os canais de media consideraram como crível na altura, desde então passou a ser encarado como propaganda bélica.

O jornalismo molda uma imagem comum do mundo e um conjunto de narrativas comum para o

discutir. Define a agenda pública. Esperem: queremos realmente que sejam os repórteres noticiosos a marcar a agenda pública? Acredito que o definir de uma agenda pelos media é apenas má democracia.

Nº 13 – AS NOTÍCIAS TORNAM-NOS PASSIVOS

As notícias são esmagadoramente sobre coisas que você não pode influenciar. Isto conduz a que os leitores tenham uma perspectiva fatalista do mundo.

Compare isto com o nosso passado ancestral, onde podia agir com base em praticamente qualquer tipo de notícias. O nosso passado evolucionário preparou-nos para agirmos mediante informação, mas a repetição diária de notícias de coisas sobre as quais não podemos actuar torna-nos passivos. Absorve a nossa energia. Tritura-nos até que adoptemos uma visão do mundo que é pessimista, insensibilizadora, sarcástica e fatalista.

Se o cérebro humano encontra uma barreira de informação ambígua sem que consiga actuar perante essa informação, poderá reagir com passividade e um sentimento de vitimização. O termo científico é *desamparo aprendido*. É um pouco rebuscado, mas não ficaria surpreendido se o consumo de notícias contribuísse pelo menos parcialmente para a epidemia de depressão. Analisado numa escala temporal, a propagação da depressão coincide quase perfeitamente com o crescimento e maturidade dos media de massas. Talvez seja uma coincidência, ou talvez as constantes investidas de fogo, fome, dilúvio e fracasso acresçam à depressão, mesmo que estes tristes relatos venham de muito longe.

Nº 14 – AS NOTÍCIAS DÃO-NOS UMA ILUSÃO DE PREOCUPAÇÃO

Kathleen Norris (mesmo que eu não partilhe da maioria das suas ideias) disse-o melhor: “Talvez queiramos acreditar que continuamos preocupados, enquanto os nossos olhos se desviam de um apresentador televisivo anunciando a mais recente atrocidade para os resultados da NBA e cotações da

Bolsa de Valores passando no fundo do ecrã. Mas o incessante bombardeamento de imagem e verbosidade impedem que nos envolvamos.”

As notícias embrulham-nos num sentimento global caloroso. Somos todos cidadãos do mundo. Estamos todos ligados. O planeta é apenas uma aldeia global. Cantamos “Nós Somos o Mundo” (5) e agitamos as pequenas chamas dos nosso isqueiros em perfeita harmonia com milhares de outros. Isto dá-nos uma sensação luminosa e aconchegante que transmite a ilusão de preocupação mas não nos leva a lado algum. Este encantamento de qualquer coisa indicar irmandade global soa a uma quimera gigantesca. O facto é que consumir notícias não nos torna mais ligados aos outros. Estamos conectados porque interagimos e negociamos.

Nº 15 – AS NOTÍCIAS MATAM A CRIATIVIDADE

As coisas que já conhecemos limitam a nossa criatividade. Esta é uma razão pela qual matemáticos, escritores, compositores e empreendedores frequentemente produzem os seus trabalhos mais criativos em idade jovem. Eles ignoram muito do que já se tentou antes. Os seus cérebros gozam de um espaço amplo e inabitado que os encoraja a lançar e pensar novas ideias.

Eu não conheço uma única mente realmente criativa que seja um viciado em notícias – nenhum escritor, nenhum compositor, matemático, médico, cientista, músico, designer, arquitecto ou pintor. Por outro lado, conheço uma série de mentes viciosamente não criativas que consomem notícias como drogas.

O efeito das notícias matarem a criatividade pode também dever-se a algo mais simples que já discutimos antes: distração. Eu simplesmente não consigo imaginar a produção de novas ideias com a distração que sempre acompanha as notícias. *Se quer chegar a velhas soluções, leia as notícias. Se procura novas soluções, não leia as notícias.*

O QUE FAZER ENTÃO

Viva sem notícias. Elimine-as completamente. Desintoxique-se de imediato.

Torne as notícias tão inacessíveis quanto possível. Apague as apps noticiosas do seu iPhone. Venda a sua televisão. Cancele as suas subscrições de jornais. Não apanhe jornais e revistas disponíveis em aeroportos e estações de comboio. Não faça de um site de notícias a sua página inicial do browser. Escolha um site que nunca mude. Quanto mais estático melhor. Apague todos os sites de notícias da sua lista de favoritos do browser. Apague as aplicações de notícias do seu desktop.

Se quiser manter a ilusão de “não perder algo importante”, sugiro que dê uma vista de olhos pela página do sumário da *Economist* uma vez por semana. Não gaste mais de cinco minutos nisso.

Leia revistas e livros que explicam o mundo – *Science, Nature, The New Yorker, The Atlantic Monthly*. Escolha revistas que unam os pontos e não hesitem em apresentar as complexidades da vida – ou pura e simplesmente o entretenham. O mundo é complicado, e não podemos fazer nada acerca disso. Como tal, deverá ler artigos e livros extensos e profundos que representem essa complexidade. Tente ler um livro por semana. Dois ou três é melhor ainda. História é bom. Biologia. Psicologia. Desse modo aprenderá a perceber os mecanismos subjacentes do mundo. Vá mais fundo em vez de mais extenso. Disfrute de material que realmente lhe interessa. Divirta-se a ler.

A primeira semana sera a mais difícil. Decidir não verificar as notícias enquanto pensa, escreve ou lê exige disciplina. Está a combater a tendência inata do seu cérebro. Inicialmente, vai sentir-se deslocado ou até isolado da sociedade. Todos os dias vai sentir-se tentado a verificar o seu site noticioso favorito. Não o faça. Mantenha o plano de desintoxicação imediata. Passe 30 dias sem notícias. Após 30 dias, terá uma atitude mais relaxada em relação às notícias. Encontrar-se-á com mais tempo, mais concentração e com uma melhor compreensão do mundo.

Após algum tempo, aperceber-se-á que apesar do seu bloqueio pessoal às notícias, não perdeu – nem perderá – nenhum facto importante. Se algum pedaço de informação for realmente importante para a sua profissão, a sua empresa, a sua família ou comunidade, terá conhecimento atempado – pelos seus amigos, a sua sogra ou qualquer outra pessoas com quem fale ou veja. Quando estiver com os seus amigos, pergunte-lhes

se algo de importante se está a passar no mundo. Esta questão é ótima para iniciar conversas. Na maioria das vezes, a resposta será: “nem por isso”.

Sente receio de que viver uma existência livre de notícias fá-lo-á sentir-se proscrito em festas? Bem, poderá não saber que a Lindsay Lohan está na cadeia, mas terá factos mais inteligentes para partilhar – sobre o significado cultural do prato que estão a comer ou a descoberta de planetas exosolares. Nunca tenha vergonha de discutir a sua dieta noticiosa. As pessoas ficarão fascinadas.

BOAS NOTÍCIAS

A sociedade precisa de jornalistas – mas num sentido diferente.

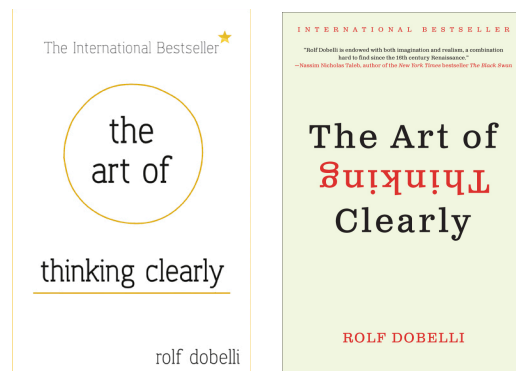
O jornalismo de investigação é relevante em qualquer sociedade. Precisamos de mais jornalistas implacáveis a escavar histórias com sentido. A reportagem precisa de policiar a nossa sociedade e expor a verdade. O melhor exemplo é Watergate. Mas achados importantes não têm de chegar sob a forma de notícias. Geralmente, reportar não é sensível em termos de tempo. Artigos longos em jornais e livros aprofundados são bons fóruns para jornalismo de investigação – e agora que se desintoxicou das notícias, terá tempo para os ler.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

As afirmações anteriores reflectem o ponto de vista mais verdadeiro que consigo atingir aquando da sua escrita. Reservo-me o direito de rever as minhas perspectivas a qualquer momento. Até poderei condescender a mim próprio a liberdade de me contradizer. Já o fiz no passado e certamente voltarei a fazê-lo. A única razão pela qual mudarei os meus pontos de vista (uma mudança que será sem dúvida reportada pela “policia da consistência”, geralmente jornalista com bom nível académico) será porque a nova versão estará mais próxima da verdade, nunca porque ganharei alguma vantagem pessoal.

O LIVRO

Este manifesto foi publicado em Agosto de 2010 em www.dobelli.com. Desde então procedi a pequenas modificações. Na Primavera de 2013 foi lançado *The Art of Thinking Clearly*. O livro destaca alguns dos erros cognitivos associados ao consumo de notícias. Em baixo apresento as duas capas (edições do R.U. e E.U.A.)



- (1)
IPCC - Intergovernmental Panel on Climate Change
IPCC - Painel Intergovernamental sobre Alterações Climáticas
- (2)
Nota do tradutor:
O termo *News* original, tanto se pode referir a novo como a notícias.
- (3)
Nicholas Carr: *The Web Shatters Focus, Rewires Brains*, *Wired*, May 2010
- (4)
Nota do tradutor:
Spinmeisters, no original
- (5)
Nota do tradutor:
“We Are the World”, no original