

ENTREVISTA

Brígida Fries. Bióloga, membro do IVE no Brasil e colaboradora da Comunicação da Brahma Kumaris**“Para cada movimento negativo, há muitos positivos em busca de solução e resiliência”**ARMINDA AUGUSTO
EDITORA-CHEFE

Existe uma máxima no Jornalismo que diz, “notícia boa é notícia ruim”. Mas, do meio de tantos escândalos, tragédias e guerras que emergem no noticiário a cada dia, começa a nascer uma dúvida: é isso mesmo que o público quer? Ou melhor, precisa? A especialista Brígida Fries defende que há, de fato, uma tendência de se querer saber mais, não sobre a tragédia em si, mas sobre o impacto dela – que pode ser positivo ou negativo. Membro do IVE (Imagens e Vozes de Esperança), organização que reúne profissionais de mídia do mundo inteiro, Brígida acredita que as notícias de hoje podem ser como imagens projetadas do futuro que se está a construir.

Sempre se fala em divulgar notícias boas, positivas, como um estímulo à percepção de que nem só acontecimentos ruins estão ocorrendo, mas como explicar a grande atração do público por notícias de polícia, corrupção, violências em geral? Por que esse tipo de noticiário sempre costuma ter mais audiência?

Quando um acidente grave ocorre numa estrada, a maioria das pessoas reduz a velocidade para ver o que aconteceu. Existe uma tendência de querer saber mais sobre a tragédia. Por muito tempo, ouvimos o mesmo bordão de que a violência gera impacto nas pessoas e por isso vende mais. Porém, segundo Oriana Monarca White, psicóloga e doutora em Comunicação pela USP, não é a violência que traz audiência, mas o impacto, que pode ser negativo ou positivo. Para ela, o grande desafio atual para a indústria da mídia é produzir conteúdo que gere impacto positivo na sociedade. Enquanto as redes mundiais de TV mostram incessantemente o momento em que os aviões se chocavam com as torres gêmeas do World Trade Center em Nova Iorque, alguns veículos de mídia mostraram milhares de pessoas na fila para doar sangue às vítimas do atentado. Quando atos de solidariedade e superação são reportados na mídia em momentos extremamente difíceis, isso gera na audiência um senso de possibilidade e esperança, produzem sentimentos de empatia e vontade de agir também.

Como a imprensa deve noticiar os fatos ruins? Que cuidados adotar para falar sobre crimes, tragédias ambientais e humanas?

No momento, o IVE tem explorado o entendimento e a prática da narrativa restaurativa, uma nova forma de noticiar que não apenas relata o fato, mas acompanha os desdobramentos e o modo como os protagonistas da história conseguiram se recuperar do trauma. É uma narrativa que tem o poder de transformar, que valoriza as biografias pessoais e públicas, que avalia os impactos a longo prazo. Com um conceito ainda em construção, o IVE aponta algumas palavras que podem expressar seu significado. São elas: restauração, esperança, empatia, engajamento, futuro e resiliência. O sociólogo Fred Polak dizia o seguinte: “a ascensão e queda das culturas foram consequências de suas imagens de futuro. Imagens posi-



MÁRIO MIRANDA/AMCHAM/DIVULGAÇÃO

“Quando atos de solidariedade e superação são reportados na mídia em momentos extremamente difíceis, isso gera na audiência um senso de possibilidade e esperança”

vas fizeram florescer as culturas, imagens decadentes fizeram destruí-las”.

Você acha que a ascensão das redes sociais na vida das pessoas ajudou a criar um movimento maior de divulgação de notícias ruins?

Não, não acho que vivemos divulgação maior de notícias ruins. Apenas as pessoas estão discutindo abertamente estas notícias e, com isso, expondo suas opiniões, dificuldades, preconceitos, formação de juízo. Como a sociedade é diversa, naturalmente as redes digitais expressam todas as distorções e conflitos. Os profetas do caos continuam existindo. O mundo não é mais caótico do que já foi, muito pelo contrário. No entanto, com o excesso de informação, as pessoas estão ainda aprendendo a criar filtros para identificar as notícias ruins de fato, as falsas notícias e a formulação de conteúdos tendenciosos para atender interesses específicos. Dada a grande capacidade de manipulação dos fatos, já estamos na era caracterizada pela “pós-verdade”. Ou seja, a interpretação dos fatos acaba ganhando mais notoriedade do que os fatos em si. Um outro aspecto é que o problema não vem necessariamente só do tipo de notícia, mas sim dos comentários e dos compartilhamentos que geram. Nesse sentido, são as notícias ruins ou contraditórias que mais polarizam e repercutem. O desafio é criar um ambiente virtual para troca respeitosa e agregadora que ajude a elevar a consciência e criar confiança pública.

“Seguimos construindo manchetes sensacionalistas e alimentamos o público com medo e revolta, criando números de audiência ‘viciados’ nesse estímulo”

Os vídeos, em especial, que vêm ganhando bastante destaque em portais e redes sociais, têm um apelo forte e fazem crescer a audiência. Você acha que vídeos violentos não deveriam ser divulgados?

Não há como evitar que as pessoas divulguem vídeos violentos, infelizmente. Sabemos que eles nada colaboram para a reflexão. Google e Facebook têm aprimorado os seus meios de identificação de vídeos nocivos. Ao mesmo tempo, a eventual censura de um vídeo ou outro, por critérios não claros, pode levar à censura, que é um mal maior.

A realidade, tanto do Brasil como de fora, tem sido de aspreza. No Brasil, o que predomina é o noticiário de escândalos políticos e corrupção. Lá fora, guerras civis, ataques suicidas e a cidades inteiras. Você acha que a realidade é menos dura do que se noticia ou, na verdade, nem todos os ângulos dos fatos estão sendo divulgados?

A realidade é o que é. Não há

dúvida de que escândalos e guerras acontecem e precisam ser noticiados. O ponto de reflexão é que, para cada movimento negativo, há muitos movimentos positivos em busca de solução e resiliência que não são noticiados ou recebem pequeno destaque no contexto. A abordagem negativa sobrepondo-se à positiva é ensinada desde as escolas de jornalismo, onde imprime-se uma ideia equivocada de que “notícia ruim é que gera audiência”. Desse modo, seguimos construindo manchetes sensacionalistas e alimentamos o público com medo e revolta, criando números de audiência “viciados” nesse estímulo. Porém, se procurarmos ampliar nossa visão, encontraremos muitas iniciativas que trazem o lado positivo e restaurativo dos fatos, que têm enorme aderência e repercussão.

Você acredita que notícias positivas ou, ao menos, esperançosas contaminam as pessoas?

Sim. Se as notícias trágicas e

violentas nos causam tristeza e indignação, por que estatísticas positivas e ações transformadoras não seriam capazes de nos contagiar? Quando percebemos que existe esse outro lado, passamos a confiar mais no ser humano e no futuro. Mas, para isso, preciso estar atento à minha consciência e desenvolver o poder de discernir o que eu quero divulgar ou consumir. A norte-americana Judy Rodgers, co-fundadora do IVE e especialista em comunicação, disse recentemente em entrevista à Revista Imprensa, que precisamos de uma alfabetização midiática. Ela comentou que a democracia funciona quando os consumidores e cidadãos são bem informados e entendem as consequências dos acontecimentos. A investigação apreciativa, a psicologia positiva e a comunicação não violenta são abordagens extremamente importantes para o momento crucial que vivemos. Quando percebemos o poder dos valores positivos como a verdade, o respeito, a tolerância, a confiança, a compaixão, a liberdade e a felicidade, e passamos a vivenciá-los na prática, nossa narrativa muda. E não estou me referindo apenas a conteúdos de mídia, mas nas minhas palavras e intenções quando falo com meus colegas no trabalho, com a família em casa, ou nas redes sociais.

Hoje, o acesso à informação é muito mais rápido e fácil que há 20 ou 30 anos. Você enxerga isso como um avanço?

Grande avanço. O mundo está

mudando velozmente graças a isso. Essa mudança está fortalecendo as pessoas de todas as classes sociais. De uma maneira inexorável, teremos democracias representativas mais reforçadas, cidadãos participantes de decisões em níveis mais próximos dos poderes Legislativo e Executivo. A transparência e a ética são inevitáveis. A sociedade dá um salto como nunca antes visto e numa velocidade a qual ainda estamos nos acostumando.

Há uma corrente que condena o uso, pela imprensa, de termos naturalmente violentos, mas inseridos no cotidiano do noticiário, como “guerra”, “ataque”, “atacar”, “disparar” etc.? Você concorda com isso ou é excesso?

Acho que essas palavras já estão consolidadas no discurso público e, portanto, é difícil de reverter essa realidade. Mas todas elas têm o seu contraponto, que pode proporcionar um equilíbrio entre luz e sombra. Por exemplo, há histórias incríveis de atos heroicos em situações de guerra. E indo além das palavras, podemos observar o contraponto nas imagens que são divulgadas também. Uma foto que mostre apenas as vítimas e os prédios destruídos gera um impacto devastador nas mentes e corações humanos. Mas uma foto que, além da destruição, mostre também um sinal de que a vida continua naquele local da tragédia traz alento e esperança.

O que é o IVE e como ele tem funcionado no Brasil?

O IVE (Imagens e Vozes de Esperança) é um movimento de jornalistas, comunicadores, publicitários, assessores de imprensa, fotógrafos, videomakers que visa fortalecer a mídia como agente de benefício do mundo. Nasceu em Nova Iorque, em 1999, a partir de um diálogo entre cerca de 200 profissionais sensíveis ao impacto da mídia na sociedade promovido por Visions of a Better World Foundation, Brahma Kumaris e Case Western Reserve University. A partir de 2008, nos Estados Unidos, o movimento se tornou uma organização não governamental sem fins lucrativos, denominada Images & Voices of Hope (IVOH). O IVE aportou no Brasil em 1999, no mesmo ano de sua criação nos Estados Unidos, e funciona através de diálogos, seminários, encontros e retiros pautados na seguinte pergunta: que impacto o meu trabalho está criando na mente e nos sentimentos do leitor, do espectador, do consumidor? Geralmente, o que ouvimos dos participantes após os encontros é “eu não sabia que havia outros colegas com as mesmas inquietações no trabalho e anseios de mudanças como eu”. Em suma, o IVE cria espaço e oportunidade para fortalecer aqueles que consideram possível uma mídia transformadora. O IVE no Brasil é uma iniciativa da Organização Brahma Kumaris que acontece através do engajamento voluntário de profissionais que compartilham dessa visão.

*COLABORARAM NAS RESPOSTAS O JORNALISTA E RADIALISTA IRINEU TOLEDO E A ESPECIALISTA E CONSULTORA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL WANS SPEERS, TAMBÉM MEMBROS DO IVE.