

O Grande Culpado

Walter Longo

Brasileiro adora sempre escolher um culpado para tudo. Pode-se perceber que, no caso de qualquer acidente, fenômeno inexplicável ou simples derrota esportiva, há sempre uma verdadeira caça às bruxas onde se procura neuroticamente descobrir as causas ou causador de nossas mazelas e infortúnios.

Quem fizer uma breve retrospectiva do que se comentou ultimamente nos jornais vai encontrar todo dia uma citação ao El Niño, um fenômeno aparentemente cíclico e natural que, de tempos em tempos, aparece por aqui para assanhar meteorologistas de plantão alterando o clima e agitando o noticiário. Pois ele está de volta. E aí começa o problema. Qualquer acidente, desabamento de edifício, ou simples aborto espontâneo é culpa do El Niño. Pelo menos aos olhos do noticiário. Em resumo, parece que agora o coitado é culpado de tudo que ocorre neste país. Ele é, definitivamente, a bola da vez.

O aquecimento de um determinado mercado tem a ver com o aquecimento das águas do Pacífico. O congestionamento da Castelo Branco é reflexo do El Niño. Acidente na Dutra, quando foram ver tinha o El Niño na direção. Pane na estação Mir, greve dos perueiros, a derrota do Guga, tudo é culpa dele. Até a internação da Vera Fischer tem a ver com ela ter sido casada com um El Niño no passado. Alguns mais deterministas até acham que o acidente da TAM era um prenúncio do El Niño.

Nas páginas de Economia, a queda das bolsas é também um fenômeno causado por El Niño. Na sessão policial, a rebelião na casa de detenção foi comandada por ele. Confesso que queria muito conhecer pessoalmente esse tal de El Niño. É hoje o personagem mais importante da mídia nacional. Até Clinton subiu o morro da Mangueira para chutar penalty no El Niño.

A verdade é que ele deve ter muitos inimigos entre os jornalistas e editores de veículos porque tudo que ocorre acabam pondo a culpa nele. Ou talvez o El Niño seja apenas o lado infantil de Deus, já que o único capaz de provocar tantos acontecimentos marcantes seria Ele mesmo.

Enquanto isso na área de comunicação há uma tendência cada vez maior de se criar o hype, ou seja, o crescimento ou reverberação exagerada de um fato, amplificando-o e fazendo com que ele seja muito maior do que realmente é. Aproveita-se a natural notoriedade de um acontecimento ou personagem para utilizá-lo em mensagens comerciais. É a criatividade fácil, barata, desprovida de inspiração, apenas usurpação gratuita de algo que a mídia já se encarregou de tornar famoso.

Só falta agora alguma rede de varejo fazer uma campanha dizendo "El Niño arrasa os preços". Ou algum especialista em marketing político

convencer seu cliente-candidato a se apresentar no horário gratuito como "O Caçador de El Niños". No fundo, foi uma enorme injustiça ele não ter sido indicado também ao Prêmio Caboré!