

ENTREVISTA ANTÓNIO “A caricatura está em vias de extinção”



JOAQUIM DÂMASO



ACESSO À INFORMAÇÃO É UM DIREITO

EFEMÉRIDE OS JORNALISTAS NO REFERENDO DE TIMOR
HOMENAGEM ROGÉRIO RODRIGUES E LUÍS DE BARROS
JANELAS PARA O MUNDO JOAQUIM DÂMASO
HISTÓRIAS DE JORNALISTAS BARRABÁS, MANUAL PARA VENDER JORNAIS

A crise do Jornalismo tem solução

ROGÉRIO CHRISTOFOLETTI

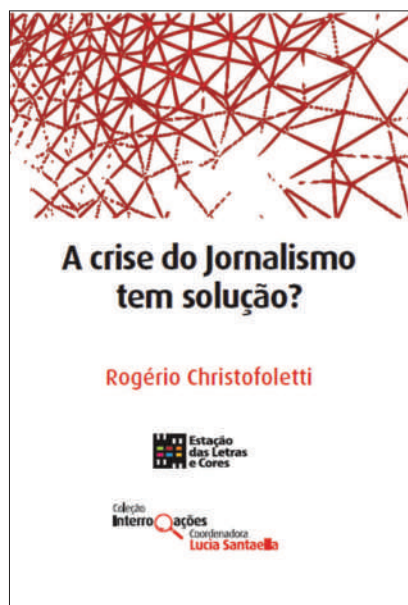
Estação das Letras e Cores, 2019

Giovanni Ramos *

Demissões nas redações, fecho de jornais, fuga de anunciantes são algumas das expressões mais comuns quando se fala sobre a crise no jornalismo em todo o mundo. Porém, a crise que afeta a comunicação social vai muito além da financeira, apesar desta ser a mais visível e mais preocupante entre os profissionais do ramo. Compreender todos os fatores que compõe a crise no jornalismo como um todo é o desafio que Rogério Christofolletti, professor da Universidade Federal de Santa Catarina e investigador do objETHOS – Observatório da Ética Jornalística propõe no livro “A Crise do Jornalismo tem Solução”, publicado em maio deste ano.

Christofolletti inicia o livro com números preocupantes das últimas décadas, sobretudo no jornalismo impresso, o mais afetado pela crise. Como exemplo, o fechamento de 1,8 mil jornais nos primeiros 14 anos do século XXI nos Estados Unidos. Mas a crise no jornalismo vai além: o autor refere-se a questões como a credibilidade jornalística, cada vez mais questionada, além da proliferação de produtores de conteúdo na internet.

Institutos como o Edelman Trust Barometer apontam que a confiança dos leitores das empresas de comunicação diminuiu no mundo e a proliferação de notícias falsas faz com que o público tenha mais dificuldade de saber o que é verdade e o que não é. Para o autor, a diminuição de credibilidade dos jornais precisa ser associada a crise financeira no jornalismo. Não são apenas as plataformas como as redes sociais que dificultam a vida dos media. A autoridade jornalística



em si está em questão nos dias atuais.

A busca por soluções para enfrentar a crise no jornalismo passa por uma aproximação maior com os públicos. Christofolletti lembra que o modelo antigo praticado nos media fazia com que os leitores não precisassem participar das receitas. O produto jornal era caro em sua produção, mas saía quase gratuito aos leitores, pois a iniciativa privada bancava os gastos.

Sem o aporte financeiro da iniciativa privada com a publicidade, Christofolletti cita casos onde o jornalismo partiu para um modelo pós-industrial. “No Brasil e em outras partes, é possível identificar empreendimentos jornalísticos para além do esquema industrial. Coletivos de jornalistas são uma resposta às demissões em massa e à insatisfação nas redações. Projetos de cobertura hiperlocal ou vinculados a causas também”, afirma o autor.

Entre os caminhos a serem discutidos, Christofolletti apresenta o entendimento da pesquisadora Julia Cagé, que defende o jornalismo sem fins lucrativos, em formato de cooperativas e fundações, para a gestão dos média. Outra visão apresentada é a do pesquisador Jef Jarvis, que defende

que “o jornalismo deveria se reformular não como meio de comunicação de massa ou produtor de conteúdos, mas como um serviço baseado em relações de compromisso e colaboração com indivíduos e comunidades em benefício público”.

Em um momento de instabilidade dos media, Christofolletti entende não ser possível apontar um caminho para o jornalismo como regra. O autor defende que as discussões sobre o assunto devam ir além das redações, pois o jornalismo continua a ser uma peça fundamental na democracia das nações. Tão importante que meios tradicionais tiveram o aumento nas assinaturas em período de crise democrática e ascensão de governos populistas, como o *New York Times* após a eleição de Trump nos Estados e a *Folha de São Paulo* no período das eleições que deram vitória a Jair Bolsonaro no Brasil.

Compreender os efeitos de Google e Facebook sobre as receitas dos jornais, o fim do monopólio da emissão da informação, recuperar a credibilidade e aproximar mais dos públicos são variáveis importantes na crise. Para Christofolletti, não devemos abrir mão do jornalismo, ou seja, a crise tem solução, ou melhor, soluções. É preciso criatividade para encontrar os caminhos.

“Cercado de incertezas sobre a sua sustentabilidade, os jornalismo independente e hegemônico não têm ainda um modelo único e seguro que financie todos os seus custos... Pelo menos por enquanto, saída é um substantivo plural. Todas as tentativas são válidas e estão em fase de teste. Errar é comum e até esperado. Só é proibido não arriscar”, afirma Christofolletti.

* *Jornalista brasileiro, doutorando em Comunicação na Universidade da Beira Interior. Investigador do projeto Remedia.Lab – Laboratório e Incubadora de Media Regionais*