

Jornalismo, jornalistas: quem tem medo de crise?

José Marques de Melo¹

A professora Juçara Brittes, durante a palestra de abertura do *Encontro Mineiro de Professores de Jornalismo*, realizada na Universidade Federal de Viçosa nos dias 8 e 9 de abril de 2011, fez a leitura deste relato do professor José Marques de Melo, escrito especialmente para a ocasião. No texto, o professor discute a situação atual da profissão e faz a reflexão do desafio que os professores de jornalismo devem enfrentar para superar a crise.

DEFINIR A CRISE

O espectro da crise ronda o espaço jornalístico neste começo de século.

O Brasil não está imune à contaminação proveniente da crise econômica que avassala o mundo europeu, cujo bloco ibérico começa a emitir sinais de inquietação. Tampouco à crise política que irrompe no mundo árabe, onde as rebeliões populares do Egito e da Líbia indicam a saturação dos regimes autoritários, ainda sem perspectivas de vitória da democracia.

Não obstante, creio que vivenciamos uma conjuntura singular. Por isso, vou me limitar à consideração do panorama nacional, tal como o percebo nesta segunda década do século XXI.

A crise do nosso jornalismo tem conotações múltiplas: crise no mercado, crise na profissão e crise na academia.

MERCADO

A crise no mercado é menos uma crise financeira, porque as empresas se beneficiaram com a estabilidade econômica da era FHC-Lula, ensejando o “boom” publicitário da última década. É muito mais uma crise estrutural, resultante das inovações tecnológicas que sepultaram a hegemonia da cultura guttembergiana

¹ Jornalista, professor universitário, pesquisador científico e consultor acadêmico. Primeiro doutor em jornalismo titulado por universidade brasileira. Diversos livros publicados na área de comunicação, referências obrigatórias em suas áreas de abrangência.

e produto da modernização organizacional do negócio midiático, enxugando as redações e instituindo padrões de qualidade editorial.

Trata-se de uma crise sem desfecho previsível, tendo em vista a situação privilegiada que desfruta hoje o nosso país como 6ª economia do mundo, desdoando do neo-populismo latino-americano pela sua estabilidade constitucional.

PROFISSÃO

A crise na profissão tem duas nuances evidentes.

Por um lado, a disputa hegemônica nas redações, marcada pelo conflito entre os endógenos (diplomados em jornalismo), mais alinhados com as lideranças sindicais e os exógenos (formados em outras disciplinas), geralmente simpatizantes das demandas ocupacionais dos empresários.

Por outro lado, há a acomodação das organizações sindicais à reserva de mercado implícita na “lei do diploma”. Os sindicatos permaneceram vigilantes quanto ao cumprimento da lei, mas foram displicentes em relação ao desempenho das universidades e à competência dos profissionais diplomados.

Essa crise teve um desfecho dramático, com a decisão do STF, Supremo Tribunal Federal, que tornou inconstitucional a reserva de mercado aos jornalistas diplomados. Pegando desprevenida a nossa liderança sindical, não resta alternativa, senão batalhar, na frente legislativa, para reverter o ato controverso do judiciário. Trata-se de uma contenda sem horizontes à vista.

ACADEMIA

A crise na academia tem facetas superpostas.

Historicamente, o estudo de jornalismo nas universidades brasileiras evoluiu de um estágio didaticamente experimental (anos 40 e 50) para atingirmos patamar pedagógico com identidade própria (anos 60 e 70).

O modelo vigente em todo o país preservou o equilíbrio teoria-prática, sem descuidar da sua vocação intrinsecamente profissional, qualificando recursos humanos para o mercado. Mas não deixou de estimular a produção de conhecimento através da iniciação científica e da pós-graduação, da criatividade, através dos laboratórios, e das oficinas de extensão.

Nas duas últimas décadas do século passado, ocorreu uma reviravolta nessa tendência de formação segmentada dos bacharéis em comunicação social. Com a adoção de um modelo de estudos generalistas, impôs-se uma pós-moderna formação “comunicológica”, abolindo as fronteiras ocupacionais, em conflito com a bem-sucedida herança “midiológica” (formação autônoma).

Essa crise está em processo de equacionamento, decorrente da arremetida dos professores de jornalismo, através do FNPJ – Fórum Nacional dos Professores de Jornalismo e dos pesquisadores da área, através da SBPJOR – Sociedade Brasileira dos Pesquisadores de Jornalismo. Sua meta foi sensibilizar os gestores da política educacional do Estado para as consequências deletérias daquele retrocesso acadêmico.

Tanto assim que as Novas Referências Curriculares para os Cursos de Graduação, instituídas em abril de 2010 pelo Ministério da Educação, reconhecem e legitimam carreiras autônomas de: 1) Cinema e Audiovisual; 2) Jornalismo; 3) Publicidade e Propaganda; 4) Radialismo, Televisão e Internet; e 5) Relações Públicas.

Assim sendo, o MEC, Ministério da Educação, desestimula a vigência das “habilitações” enunciadas pela resolução 2/84 do antigo CFE – Conselho Federal de Educação, promovendo a organização de diretrizes curriculares específicas, como o fez nas áreas de cinema, jornalismo e relações públicas. Estão pendentes as diretrizes dos cursos cujas comunidades acadêmicas ainda não se organizaram de forma institucional em todo o país.

ENFRENTAR A CRISE

Toda essa controvérsia suscita dúvidas quanto à sobrevivência da carreira, à continuidade do ofício e naturalmente quanto ao futuro do ensino de jornalismo.

O negativismo não encontra respaldo no conjunto da categoria dos jornalistas, cujo retrato instantâneo foi feito recentemente por David Weaver e colaboradores no inquérito publicado pela IAMCR – International Association for Media and Communication Research. Pesquisando uma amostra de 21 países, os autores observaram que existe um consenso sobre o papel do Jornalista ao redor do mundo, ainda que persistam algumas discrepâncias sobre o desempenho profissional. Não obstante, a maioria dos entrevistados não deseja mudar de perfil neste momento.

Penso que a exacerbação dos ânimos, estabelecendo verdadeira situação de pânico, está ancorada em visões impressionistas. Tenho, aliás, a sensação de que o jornalismo nunca perfilou tanta vitalidade. Até mesmo porque seus ingredientes essenciais são o conflito, a contradição, o inusitado, o imprevisível.

O complexo de Super Man introjetado por Clark Kent, o vigilante repórter das histórias em quadrinhos, motiva o profissional a sacudir a poeira. A cada dia, qual Fênix renascida das próprias cinzas, o jornalista reinicia seu árduo trabalho, embora estigmatizado pela maldição de Sísifo.

Descrever, esclarecer, elucidar os acontecimentos sinaliza sua vocação intrínseca. Os impasses representam forças motrizes, tornando-se a razão de ser da profissão. Logo, a crise faz parte do cotidiano jornalístico, mobilizando os praticantes do ofício para enfrentar adversidades.

Na verdade, a crise que tem perdurado no campo midiático é ao mesmo tempo uma crise tecnológica, decorrente da obsolescência da imprensa, e uma crise mercadológica, determinada pelo consumo regressivo do jornal e pelo incremento ascendente da internet.

ULTRAPASSAR A CRISE

O panorama é complexo, confuso e movediço, demandando uma saída consen-

tânea com a própria natureza do fenômeno estudado. Se a crise é nutriente vital do Jornalismo, convém retornar ao âmago da questão.

O que mudou no Jornalismo? Tenho a convicção de que não houve alteração na sua essência, motivação e fundamentos. A necessidade social da informação não apenas persiste, mas vem crescendo, de forma cada vez mais transparente. Logo, informação e opinião continuam a ser procuradas por todos os cidadãos.

O que mudou foi a natureza das demandas: além do arroz-com-feijão, notícias e comentários, os novos cidadãos reclamam a explicação dos fatos, a interpretação e querem valores agregados – divertimento e utilidade.

As novas gerações nasceram e foram educadas num ambiente multi-mídia, distanciando-se, portanto, do habitus peculiar ao homem pré-moderno, aquele formado na mentalidade linear da cultura impressa (gutenbergiana). É verdade que, durante o século XX, essa cultura se manteve hegemônica, na medida em que os meios audiovisuais de comunicação mimetizaram as estruturas narrativas da mídia impressa. Mas, pouco a pouco, a nova mídia foi criando sua própria linguagem, adotando maior plasticidade e logrando melhor comunicabilidade. É natural que seus praticantes tenham inventado novos modos de expressão.

Preocupante é que os núcleos de formação de novos jornalistas tenham permanecido distanciados ou de costas voltadas para essa metamorfose sensacional. Por isso, estão encontrando dificuldades para se adaptar e até mesmo sobreviver aos novos tempos.

Nem estão sensíveis às demandas empresariais e tampouco prestam atenção às aspirações da sociedade. Basta discernir o tipo de jornalistas de que as empresas necessitam hoje para perceber o vácuo existente.

Qual o perfil desse novo jornalista? A descrição convincente foi feita por Lourival Sant'Anna: o que tem “talento, formação, experiência e condição de trabalho para oferecer ao leitor textos intelectualmente sofisticados, que tratem a notícia de forma multidimensional, com suas implicações humanas, sociais, políticas, econômicas e históricas.”

Vale a pena transcrever sua argumentação para ampliar o alcance da proposição.

“Aquilo que o jornal pode fazer melhor são histórias bem contadas, com contextualização, interpretação, análise e opinião. Mas ele está longe de ter atingido o ponto ótimo nessas tarefas. Na verdade, o jornal está muito mais estruturado para contar “o quê” do que para explicar o “porquê”. As redações são compostas de centenas de profissionais cujo alcance técnico e rotina são mais ou menos adequados para a produção de notícias, não para agregar-lhes outros valores”.

Esse é o tipo de profissional demandado pelos jornais de prestígio, cuja circulação privilegia as classes A e B.

Restam os vastos contingentes situados nas classes C, D e E, que alcançam novos patamares de consumo, beneficiados pelo crescimento econômico vivenciado pelo país na última década.

É sobretudo para essa população excluída do jornalismo impresso diário que se devem voltar as atenções das universidades que preparam jornalistas para atuar no novo mercado, ainda em configuração.

Eis o desafio inexorável a que não podem fugir os professores de jornalismo: produzir um jornalismo popular, destinado às classes subalternas. Precisamos corresponder a essa legítima aspiração, pesquisando, com argúcia redobrada, nesta segunda década do século XXI, a fim de encontrar soluções plausíveis, evidentemente, autossustentáveis.

FONTES:

- CARDOSO, Gustavo. *El nacimiento de la información digital en red*. *Telos*, 86, p. 14-24, 2011.
- CEBRIAN, Juan Luis. *A rede*. São Paulo: Summus, 1999.
- MACHADO, Elias & TEIXEIRA, Tatiana. *Ensino de Jornalismo em tempo de convergência*. Rio de Janeiro: E-Papers/Capes, 2010.
- MARQUES DE MELO, José. *Jornalismo Brasileiro*. Porto Alegre: Sulina, 2001.
- _____. *Teoria do Jornalismo: identidades brasileiras*, São Paulo, Paulus, 2006.
- _____. *Jornalismo: compreensão e reinvenção*, São Paulo, Saraiva, 2009.
- MARQUES DE MELO, José & ASSIS, *Francisco de. Gêneros Jornalísticos no Brasil*. São Bernardo do Campo: Metodista, 2010.
- NOSTY, Bernardo. *La crisis en la industria de la prensa*. *Telos*, 86, p. 52-65, 2011.
- PRIMO, Alex. *Mapeamento do ensino de jornalismo digital no Brasil em 2010*, São Paulo: Itaú Cultural, 2010.
- SANT'ANNA, Lourival. *O destino do jornal*. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- VIEIRA, Geraldinho. *Complexo de Clark Kent*. São Paulo: Summus, 1991.
- WEAVER, David. *The Global Journalist*. Cresskriil, IAMCR/Hampton, 1988.