

Jornalismo pós-pandemia pode ir de volta ao passado

Carlos Eduardo Lins da Silva

Nota: Texto inédito de circulação restrita (Capítulo de um livro em processo de publicação).

A pandemia aguça e acelera mudanças que desde meados dos anos 1990 vêm ocorrendo no modelo de negócio do jornalismo e questionamentos intensificados neste século dos princípios editoriais baseados em pressupostos de objetividade e imparcialidade.

A crise econômica decorrente dos efeitos da doença torna mais agudas questões para as quais a indústria já não conseguia apresentar soluções e que colocavam em risco a sobrevivência de muitos veículos.

A gravidade das consequências da Covid-19 – no limite um assunto de vida ou morte – intensifica a polarização ideológica observada em muitas sociedades, inclusive a brasileira. Abre-se uma nova e veemente frente de batalha na guerra cultural em que imprensa e redes sociais são personagens e armamentos de destaque.

Esse embate radicalizado é uma das causas das crescentes objeções a cânones da atividade, como o da busca da verdade factual e de oferecimento de direito de fala a todos os lados relevantes em temas polêmicos. Verdade factual são fatos apresentados com comprovação documental e/ou oriundos de fontes reconhecidamente respeitáveis.

Na primeira parte deste ensaio serão expostos os problemas, ampliados desde março, que ameaçam a continuidade da operação de muitos meios de comunicação, e alternativas para garanti-la, algumas das quais envolvem reforma ou adoção de políticas públicas específicas.

Na segunda parte serão discutidas as causas do declínio da qualidade do produto jornalístico trazidas pela enfermidade e as implicações sociais e políticas do eventual abandono dos preceitos de equidade vigentes no jornalismo ocidental há cerca de cem anos e sua substituição por outros, em que o partidarismo domina, como ocorreu do século 17 ao 19.

Efeitos sobre a indústria

Após ter atingido o seu ápice de prestígio e lucratividade nas décadas de 1970 a 1990, a indústria do jornalismo tem experimentado declínio aparentemente irremediável.

Em 14 de setembro de 1987, um domingo, a edição do “New York Times” teve 1.612 páginas, pesou 5,4 quilos e mediou 15, 2 centímetros de espessura. Foi a maior edição de jornal da história dos EUA¹.

No Brasil, as edições dominicais de “O Estado de S. Paulo” eram comparáveis àquela, graças aos classificados de imóveis, empregos e oportunidades, com ofertas depois disponíveis ao público por meios eletrônicos, de graça e com vantagens.

A prosperidade decorrente do Plano Real na última década do século 20 fez com que aumentasse muito a circulação paga de jornais e revistas. Em 12 de março de 1995, a “Folha de S. Paulo” atingiu a marca de 1,6 milhão de exemplares, a maior da história para veículos diários no país².

Com o tempo, muitos leitores, em especial os mais jovens, passaram a consumir conteúdo jornalístico por meio de plataformas das redes sociais, popularizadas principalmente após o surgimento do Facebook em 2004, sem nada pagar aos que o produziam.

A forma de sustentação do jornalismo, baseada em grandes tiragens para justificar a venda de publicidade a alto custo para anunciantes que ofereciam ali seus produtos e serviços aos consumidores, tornou-se inviável.

Em 2004, Philip Meyer aplicou modelo matemático sobre dados da evolução do perfil de assinantes de jornais americanos e previu que no primeiro trimestre de 2043 não haveria mais quem quisesse pagar por eles³.

A provável morte dos jornais já vem sendo anunciada há tempos e, se e quando ocorrer, a responsabilidade por ela não deverá ser atribuída ao novo coronavírus. Ele, no entanto, agudiza e dá velocidade maior ao processo.

Nas primeiras semanas da pandemia, muitos veículos da chamada “mídia de legado” (como seus admiradores preferem) ou “velha mídia” (de acordo com seus detratores) registraram picos de audiência como não experimentavam fazia tempo⁴.

Eles também usufruíram de alguma recuperação na sua reputação pública, que vinha se deteriorando muito no ambiente de ampliação da guerra ideológica sectária que ocorre em muitas nações, Brasil inclusive.

Pesquisas de opinião mostraram que suas informações eram consideradas pela maior parte das pessoas como mais confiáveis do que as emitidas por governos ou redes sociais⁵.

¹ **The Guinness Book of Records, 1996.** (New York: Bantam Books, 1996), p. 332

² Lins da Silva, CE, “Jornalismo”. In **O Brasil no Contexto – 1982-2017**, (São Paulo: Contexto, 2017), p.71

³ Meyer, Philip. **The Vanishing Newspaper: Saving Journalism in the Information Age.** (Columbia: University of Missouri Press, 2004), p.16

⁴ Lins da Silva, CE. **PANDEMIA DÁ ÂNIMO AO JORNALISMO, MAS ACELERA O FIM DE VEÍCULOS**<https://www.insper.edu.br/noticias/pandemia-do-coronavirus-da-animo-ao-jornalismo-mas-acelera-o-fim-de-veiculos/> 02/04/20

⁵ Id., *ibid*; Folha de S. Paulo. **Pandemia restaura confiança no jornalismo profissional.** 26/03/20

Essa situação benévola durou pouco. Parte do público logo se cansou do noticiário sobre a Covid-19 e passou a evitá-lo⁶. O confronto entre partidários de regras de distanciamento social e seus adversários, adeptos de uso de medicamentos controversos (como cloroquina) e seus inimigos e outros conflitos do gênero tornaram nebuloso o aparente consenso em torno da qualidade do conteúdo do jornalismo tradicional.

O aumento de prestígio e de consumo de informação confiável (em oposição ao que era percebido como desinformação vinda das redes sociais) não teve correspondência no faturamento das empresas jornalísticas.

Muitas delas, em atitude saudada como nobre do ponto de vista da responsabilidade social, ofereceram de graça ao público seu noticiário sobre coronavírus e abriram mão de aumentar receitas no período, apesar de suas informações terem sido mais consumidas⁷.

No final de junho de 2020, o número total de assinaturas (digitais e impressas) dos principais jornais e revistas brasileiras caíra 9% em comparação com dezembro de 2019. Nenhum jornal diário no país tem tiragem média impressa acima de 100 mil exemplares⁸.

Mark Thompson, que entre 2012 e 2020 foi CEO do “New York Times” (um dos raros veículos que ainda consegue equilibrar suas contas, graças aos seis milhões de assinantes digitais que mantém), prevê que não haverá mais jornais impressos daqui a vinte anos⁹.

Desde o início da pandemia, mais de cem títulos nos EUA diminuíram ou encerraram suas edições impressas¹⁰. No Brasil, a revista “Caras” a suspendeu¹¹ e os jornais “O

⁶ Kalogeropoulos, **Antonis et al Initial surge in news use around coronavirus in the UK has been followed by significant increase in news avoidance.** Reuters Institute. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/initial-surge-news-use-around-coronavirus-uk-has-been-followed-significant-increase-news-avoidance?utm_source=CJR+Daily+News&utm_campaign=4b6f7ca748-EMAIL_CAMPAIGN_2018_10_31_05_02_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_9c93f57676-4b6f7ca748-174369581&mc_cid=4b6f7ca748&mc_eid=6a41e1cdc1 19/05/20

⁷ Saltz, Howard. **Removing paywalls on coronavirus coverage is noble. It also makes no sense.** Ppynter. https://www.poynter.org/business-work/2020/removing-paywalls-on-coronavirus-coverage-is-noble-it-also-makes-no-sense/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=30647e4e96-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-30647e4e96-391445633. 06/04/20

⁸ Poder 360 **‘Bolsonaro bump’ teve efeito modesto na circulação de jornais em 2020** <https://www.poder360.com.br/midia/bolsonaro-bump-teve-efeito-modesto-na-circulacao-de-jornais-em-2020/> 05/04/20

⁹ Scire, Sarah. **Outgoing New York Times CEO Mark Thompson thinks there won’t be a print edition in 20 years.** Nieman Lab https://www.niemanlab.org/2020/08/outgoing-new-york-times-ceo-mark-thompson-thinks-there-wont-be-a-print-edition-in-20-years/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=8e017250f1-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-8e017250f1-391445633 11/08/20

¹⁰ Harris, Lauren. **Will changes to print outlast the pandemic?** Columbia Journalism Review. https://www.cjr.org/business_of_news/will-changes-to-print-outlast-the-pandemic.php?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=7de7b24207-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-7de7b24207-391445633. 22/07/20

¹¹ Portal dos Jornalistas. **Revista Caras suspende versão impressa.** <https://www.portaldosjornalistas.com.br/revista-caras-suspende-versao-impressa/> 20/04/20

Globo” e “Valor Econômico” deixaram de circular em papel no Distrito Federal¹². O jornal “Metro” pôs fim à sua edição física¹³.

Vários veículos, principalmente de cidades pequenas, têm sido incapazes de se manter em atividade. Nos EUA, pelo menos 50 fecharam entre março e agosto de 2020. Desde 2004, jornais locais vinham fechando na média de cem por ano naquele país¹⁴.

Além dos percalços financeiros, os veículos jornalísticos também têm sofrido prejuízos devido ao aumento de repressão e censura em vários países, cujos governos usam a pandemia como pretexto para aumentar o controle sobre a imprensa independente¹⁵.

No Brasil, onde estão em discussão controvertidos projetos de lei para combater as chamadas “fake news”, há os que usam o argumento de que a disseminação de falsidades sobre a pandemia pode causar prejuízos à saúde pública e de indivíduos, o que é certo, para permitir punições arbitrárias, capazes de atingir qualquer veículo, não só os levianos.

Muitas dessas propostas em discussão abrem brechas perigosas para o exercício da livre expressão, devido à alta dose de subjetividade e de poder autoritário concedidos por elas aos encarregados de fazer cumprir tais leis.

O aumento das dificuldades para a sobrevivência de veículos jornalísticos causadas pela pandemia é de fácil percepção. Sua eventual consequência (o desaparecimento do jornalismo independente) pode resultar em grave prejuízo para a democracia. Há robusta literatura acadêmica, acumulada ao longo de um século, para dar suporte a esta hipótese¹⁶.

Mas sua melhor comprovação vem da experiência de sociedades onde se alternaram períodos com e sem liberdade de imprensa (como o Brasil) e da comparação da qualidade da vida social entre aquelas que contam com liberdade ou não.

¹² Meio&Mensagem. **O Globo encerra versão impressa em Brasília durante pandemia.** <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2020/06/18/o-globo-encerra-versao-impressa-em-brasilia-durante-pandemia.html> 18/06/20

¹³ Sachitiello, Bárbara. **Jornal Metro deixa de circular e envia edições por e-mail.** Meio&Mensagem. 08/04/20

¹⁴ Hare, Kristen. The coronavirus has closed more than 50 local newsrooms across America. And counting. Poynter Institute. <https://www.poynter.org/locally/2020/the-coronavirus-has-closed-more-than-25-local-newsrooms-across-america-and-counting/> 20/08/20

¹⁵ Hand, Jenna. **Some countries are using the pandemic as an excuse to crack down on journalism.** NiemanLab. https://www.niemanlab.org/2020/08/some-countries-are-using-the-pandemic-as-an-excuse-to-crack-down-on-journalism/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=c0d40d4d88-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-c0d40d4d88-391445633 20/08/20

¹⁶ Ver, por exemplo, Lins da Silva, “Teoria da Opinião Pública”. In Dicionário de Comunicação, Citelli, A. et al (orgs). **Dicionário de Comunicação** (São Paulo: Contexto, 2014), pp. 439-448); Luo, Michael. **How Can the Press Best Serve a Democratic Society?** The New Yorker. https://www.newyorker.com/news/the-future-of-democracy/how-can-the-press-best-serve-democracy?utm_source=nl&utm_brand=tny&utm_mailing=TNY_Daily_071120&utm_campaign=aud-dev&utm_medium=email&bxid=5be9eaaf24c17c6adf09ca6b&cndid=21394625&hasha=a996042fe45eb099864aa3175058d156&hashb=12784a6a8b5a2d35f134c4356941cd2694833f97&hashc=f884be727ed35ac49d58bf4804f3026a1890c68299c81c95b9267638865671bc&esrc=bounceX&utm_term=TNY_Daily 11/07/20

Por isso, há projetos em várias partes do mundo para que políticas públicas sejam estabelecidas com o objetivo de garantir a subsistência do jornalismo independente, a fim de manter vivo e vigoroso o debate de ideias e permitir controle eficiente das atividades dos detentores de poder político e econômico por meio da apuração da verdade factual.

Possíveis saídas

Em alguns países, governos têm efetivado formas de subsídio para manter veículos jornalísticos. Na França, está sendo oferecido incentivo tributário para novos assinantes de jornais e revistas impressos ou digitais, com deduções que podem chegar ao valor de 50 euros por ano¹⁷.

No Canadá, a administração federal criou um fundo para pagar o salário de repórteres de publicações de cidades pequenas¹⁸.

Iniciativas deste tipo costumam ser vistas com suspeição por significativa parcela de jornalistas, que ponderam sobre o perigo da perda da independência editorial ou, pelo menos, a possibilidade de interferência de governos no conteúdo publicado.

Há fórmulas já tentadas e que têm histórico considerado relativamente bem-sucedido, como os de fundações ou corporações públicas, como BBC no Reino Unido, CBC no Canadá e PBS nos EUA, com diversas formas de sustentação econômica.

A origem das verbas da BBC, por exemplo, é de uma licença anual que os proprietários de aparelhos de TV pagam. A PBS vive principalmente de doações de empresas ou indivíduos e de fundos alocados pelo Congresso.

Durante muito tempo, o questionamento sobre a independência editorial de BBC e PBS foi mínimo. Mas com o acirramento das disputas ideológicas, em particular depois da Guerra do Iraque, aumentaram nos EUA e no Reino Unido as críticas de líderes conservadores ao que consideram orientação excessivamente liberal nos programas das emissoras.

No Brasil, há fundações públicas de direito privado a cargo de veículos de informação, como a Padre Anchieta em São Paulo, que opera a Rádio e TV Cultura, mas com dependência maior do Estado do que suas congêneres americana e britânica.

Apesar de desfrutarem de autonomia editorial, essas emissoras (muitas vinculadas a universidades públicas federais ou estaduais) com frequência sofrem pressões e enfrentam dificuldades em sua relação com governos.

¹⁷ Henley, Jon. **France gives tax credits to news subscribers in effort to rescue sector.** The Guardian. https://www.theguardian.com/world/2020/jul/01/france-gives-tax-credits-to-news-subscribers-in-effort-to-rescue-sector?utm_source=Journalism+Crisis+Project&utm_campaign=518fea2a88-EMAIL_CAMPAIGN_2020_06_15_07_14_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_c5ef4b091f-518fea2a88-174854002&mc_cid=518fea2a88&mc_eid=6a41e1cdc1 01/07/20

¹⁸ Scire, Sarah. **In Canada, a government program to support local news tries to determine who's most deserving.** NiemanLab. https://www.niemanlab.org/2020/05/in-canada-a-government-program-to-support-local-news-tries-to-determine-whos-most-deserving/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=917c28a4ac-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-917c28a4ac-391445633 08/05/20

Outra forma de ajuda estatal a veículos jornalísticos se dá por meio de compra de espaço publicitário. Os governos do Canadá e do Reino Unido estão fazendo campanhas de orientação ao público sobre a Covid-19 em jornais, revistas e emissoras de rádio e TV.

Essa solução, além de ser limitada no tempo, também recebe críticas pela possibilidade de manipulação por governos que poderiam destinar mais verbas para veículos com posição editorial mais alinhada com sua orientação ideológica. No Brasil, esse tem sido tema muito controvertido há tempos.

Mais indiretamente, governos e agências reguladoras têm tentado estabelecer políticas para forçar as grandes plataformas de redes sociais a dividir sua receita gerada por matérias produzidas por veículos jornalísticos com estes.

Uma das razões para a crise estrutural do jornalismo tem sido o fato de que conteúdo que ele produz com alto custo é depois consumido por pessoas que o acessam via redes sociais e não lhe pagam nada.

Austrália e França são os países em que políticas com o objetivo de mudar essa situação se encontram mais adiantadas¹⁹. Esse é um caminho promissor para a possível recuperação do negócio do jornalismo, mas ele não será livre de grandes obstáculos.

Facebook e Alphabet (dona do Google), as duas empresas que são o alvo preferencial dessas políticas regulatórias, estão mobilizando todo o seu arsenal de lobby para impedir que elas se concretizem.

Provavelmente como ação preventiva e para melhorar a própria imagem, elas têm destinado recursos a veículos, em especial os de menor porte e de cidades pequenas. No entanto, esse tipo de ajuda tem sido limitado e insuficiente para resolver o problema.

Uma saída não estatal tem sido a de “mecenas esclarecidos” que compram ou fundam e mantêm veículos jornalísticos, ainda que estes não lhes deem bom retorno financeiro.

Foi o que ocorreu com “The Washington Post”, adquirido em 2013 por Jeff Bezos, o homem mais rico do mundo, com fortuna pessoal estimada em US\$ 171 bilhões. Ele pagou US\$ 250 milhões pelo jornal e segue com ele.

Há avaliação consensual de que Bezos não interfere na linha editorial do “Post”, que continua sendo decidida com independência por jornalistas que, na maioria, já estavam lá quando da compra e foram mantidos.

Embora o caso do “Post” esteja sendo até aqui bem-sucedido, há exemplos de outros em que o rico novo dono ou entra em confronto com a sua própria redação, ou se enjoa do negócio, ou se cansa de perder dinheiro com ele e o abandona, ou cria claros conflitos de ética jornalística para o veículo.

¹⁹ Smith, Ben. **Big Tech Has Crushed the News Business. That’s About to Change.** The New York Times. May 11, 2020, Section B, Page 1

Em janeiro de 2020, antes do início da pandemia, Warren Buffett vendeu seus 81 jornais. O fato de ele, que foi jornalista na infância e se tornou ícone do mercado financeiro, ter mantido em seu portfólio tantos jornais era visto como sinal de esperança para o setor.

O Brasil tem há 14 anos o positivo caso da revista “piauí”, uma das melhores do país, idealizada e mantida por João Moreira Salles.

Nos EUA, alguns títulos foram adquiridos por fundos de investimentos ou corretoras de valores, como aconteceu em 2020 com a cadeia de jornais McClatchy, comprada pela Chatham Asset Management. Antes, a rede Tribune, com diversos diários importantes, havia sido adquirida pela Alden Global Capital, e outras transações similares ocorreram.

Essa transferência de controle de jornais e revistas para atores do mercado financeiro em geral é vista de modo negativo por jornalistas, por receio de que os veículos venham a ser administrados exclusivamente por critérios de resultados financeiros ou de poderem se envolver com problemas éticos no manuseio de informações sensíveis.

Alguns veículos no Brasil agora pertencem e são geridos por empresas do setor financeiro (“Exame” pelo BTG, “Infomoney” pela XP, entre outros). A aquisição os livrou da extinção e salvou dezenas de empregos. Resta ver como será o seu desempenho profissional com a nova administração.

Uma trilha que vem sendo seguida com êxito é a adotada nos EUA por títulos como “Congressional Quarterly” e “Politico”, que oferecem conteúdo aprofundado em temas específicos para assinantes corporativos. Ela é seguida no Brasil por veículos como “Jota” e “Poder 360”, que vêm dando bons resultados tanto como negócio quanto como de qualidade jornalística.

Com a pandemia, jornalistas nos EUA têm tentado estabelecer cooperativas, como “Brick House” e “Defector”. No Brasil, a fórmula deu certo na experiência do “Coojornal”, no Rio Grande do Sul, que circulou e teve relevância entre 1974 e 1983.

Com a debacle da Covid-19, muitos jornalistas nos EUA vêm tentando opções solo ou de pequenos grupos no formato de blogs independentes ou de newsletters estruturadas na plataforma Substack, criada em 2017 para abrigar jornalistas que desejam empreender seu próprio negócio mas precisam de ajuda para montar a infraestrutura.

Alguns veículos preferem tentar a alternativa de se constituírem como organizações sem fins lucrativos. Isso tem dado certo em muitos casos. A revista “Mother Jones” adota o modelo desde sua fundação em 1976, e é tida como uma das melhores publicações de jornalismo investigativo dos EUA.

Ainda nos EUA, há vários outros casos de sucesso no campo dos sem fins lucrativos, como o “Texas Tribune” e a “ProPublica”. No Brasil, a Agência Pública e o “Repórter Brasil” são operações relativamente pequenas, mas relevantes e de boa qualidade.

Nenhuma dessas alternativas, com a exceção talvez da regulamentação de Estado para a transferência de recursos das “big tech” para veículos, será capaz de resolver a crise estrutural do jornalismo ou de fazê-lo reviver ao menos em parte seu período áureo.

Mas elas mostram que há oportunidades, mesmo no difícil momento da pandemia, para realizar bom jornalismo em benefício da sociedade.

Efeitos sobre o produto

A crise econômica decorrente da desaceleração das atividades incitadas pela pandemia atingiu em cheio a já combalida indústria do jornalismo. Segundo levantamento feito pela Federação Nacional de Jornalistas (Fenaj), de março a 15 de julho cerca de quatro mil profissionais foram afetados por demissões (205), suspensões de contrato (81) e redução de salários (3.890)²⁰.

Nos EUA, onde demissões vinham ocorrendo na média de 5,5 mil por ano desde 2008, 11 mil jornalistas foram despedidos entre janeiro final de junho de 2020²¹.

A diminuição da força de trabalho sempre afeta o desempenho das equipes, mas neste caso, a ela ainda se acrescentam outros fatores, como as novas técnicas e instrumentos que tiveram de ser utilizadas para o desempenho de funções (como apuração e edição virtuais) e a suspensão do trabalho em equipe com a desativação do espaço físico das redações.

Jornalismo é trabalho mais bem realizado quando as pessoas atuam em equipe, com a possibilidade de intensa troca de informações e opiniões entre colegas, em especial entre os mais experientes e os jovens, o que proporciona chance de aprendizado para estes²².

O anúncio de que jornais importantes e mesmo icônicos, como o “Daily News”, de Nova York, resolveram fechar de vez sua redação física tem forte importância simbólica de fim de uma era para a indústria.

O distanciamento social requerido isolou repórteres de suas fontes de informação. Ocorrem situações inusitadas, como a de repórter da “Folha” que passou a cobrir a Casa Branca, em Washington, desde sua casa em, Bauru, interior de São Paulo²³.

²⁰ Fenaj. **Mais de 4 mil jornalistas do país tiveram impactos salariais durante a pandemia.** <https://fenaj.org.br/mp936-afeta-mais-de-4-mil-jornalistas/>. 16/07/20

²¹ Challenger Report. **Newsrooms Suffer Worst Layoffs Through June on Record.** http://www.challengergray.com/press/press-releases/challenger-report-newsrooms-suffer-worst-layoffs-through-june-record?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=b96219d0e6-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-b96219d0e6-391445633 20/07/20

²² Robins, Tom. **As Newsrooms Close Across the Country, Remembering Why They Matter.** The New Yorker. 15/08/200

²³ Henriques, Vanessa. **De Bauru (SP), repórter da Folha escreve sobre a Casa Branca.** <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/07/de-bauru-sp-reporter-da-folha-escreve-sobre-a-casa-branca.shtml> 25/07/20

No caso de países que vivem sob governos hostis à imprensa, como Brasil e EUA, há ainda um acréscimo de obstáculos porque muitas autoridades científicas de órgãos estatais têm sido tolhidas em seus contatos com jornalistas²⁴.

Também em países sob regimes como estes, tem havido sobrecarga de trabalho para os veículos, que assumem funções de coleta ou checagem de informações oficiais que são ou omitidas ou suspeitas de distorção, como o número de casos e mortes de Covid-19. No Brasil, veículos jornalísticos estabeleceram um consórcio para esse fim quando a administração federal anunciou que interromperia sua divulgação.

O extraordinário aumento da demanda do público por informações a respeito da pandemia obrigou o deslocamento de jornalistas especializados em outras áreas (política, economia, esportes, cultura etc.) para o setor de medicina e ciência, que fazia décadas passava por processo de encolhimento radical.

Essa transferência exigiu treinamento improvisado e rápido de jornalistas que nunca haviam lidado com temas delicados e complexos como referentes a epidemiologia, saúde pública, pesquisa científica, imunização etc..

Todos os jornalistas tiveram também de conviver com os limites do trabalho em casa, muitas vezes sem equipamentos e condições adequadas e com a divisão de tempo e espaço com familiares, inclusive filhos em regime de ensino a distância, que exige assistência, atenção e ajuda dos pais.

Já há pesquisa em curso a respeito dos efeitos sobre como a saúde mental dos profissionais da categoria vem sendo afetada, muitos deles consistentes com patologias como o estresse pós-traumático²⁵.

As edições dos veículos vêm diminuindo de tamanho, algumas seções foram cortadas dramaticamente (como esportes e cultura, cujas atividades pararam por meses).

Todos esses percalços e condições adversas prejudicam o bom resultado final do esforço de trabalho. Erros tendem a se avolumar, tanto de informação quanto formais.

A ausência do filtro, da crítica e da sugestão de colegas tende a aumentá-los em quantidade e gravidade. Com isso, o descrédito do público, que já era grande, também tende a subir, num ciclo vicioso difícil de ser rompido.

Muitas das situações adversas serão revertidas após a pandemia. Mas outras poderão perdurar. Muitas equipes jamais serão recompostas aos níveis de antes. Várias empresas vão diminuir seus custos com espaço fixo e manter profissionais em

²⁴ Sullivan, Margaret. **The Trump administration is muzzling government scientists. It's essential to let them speak candidly to the press again.** https://www.washingtonpost.com/lifestyle/media/the-trump-administration-is-muzzling-government-scientists-its-essential-to-let-them-speak-candidly-to-the-press-again/2020/04/17/1d934c0e-80a6-11ea-a3ee-13e1ae0a3571_story.html?mc_cid=c0b4d37667&mc_eid=6a41e1cdc1&utm_campaign=c0b4d37667-EMAIL_CAMPAIGN_2018_10_31_05_02_COPY_02&utm_medium=email&utm_source=CJR%20Daily%20News 18/04/20

²⁵ Scire, Sarah. **Journalists are suffering mental health consequences from covering Covid-19, according to a new survey.** Nieman Lab. https://www.niemanlab.org/2020/07/journalists-are-suffering-mental-health-consequences-from-covering-covid-19-according-to-a-new-survey/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=b96219d0e6-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-b96219d0e6-391445633 20/07/20

trabalho remoto. O tempo revelará se os veículos conseguirão recuperar o padrão de qualidade que mantinham até o início de 2020.

O futuro: de volta ao passado?

Na sua origem, o jornalismo era atividade exercida por intelectuais, políticos e ativistas de causas sociais. Os veículos eram propagadores de ideias. Sua transformação em “jornais de notícias” ocorreu nos EUA a partir da década de 1830 e consolidou-se definitivamente na de 1920, em razão de uma série de fatores sociais, econômicos, políticos, tecnológicos que permitiram o aparecimento da imprensa de massa.

Michael Schudson descreve com rigor e brilho como as coisas aconteceram nos EUA. O país se transformou numa “democracia de mercado igualitária”. Jornais e revistas, que graças a invenções como a das rotativas, passaram a poder tirar centenas de milhares de cópias a custo relativamente baixo, mudaram para aproveitar as oportunidades de negócio surgidas e atender às demandas do sistema econômico emergente.

Com os anúncios que vendiam, ampliaram a oferta e incentivaram a venda de bens de consumo e serviços; abriram por si mesmos nova frente de mobilização e acumulação de capital; converteram-se em poderosos agentes veiculadores de ideologia e ajudaram a construir a hegemonia cultural dos valores do livre mercado²⁶.

Observadores e praticantes desse jornalismo construíram aos poucos um discurso lógico que serviu de justificativa para sua existência e forneceu argumentos sobre sua utilidade social. Isso não foi feito de modo premeditado e intencional como forma de mistificação. Nem seu raciocínio é desprovido de legitimidade.

Para aumentar suas tiragens e tornar-se mais atraente para anunciantes, o jornalismo de massa teve de se tornar útil ao maior número possível de pessoas. Não podia se dar ao luxo de, por eventuais divergências de opinião, alienar contingentes expressivos da audiência. Tinha de ser maximamente neutro, apartidário, para oferecer aos anunciantes o máximo possível de potenciais consumidores de seus produtos e serviços.

Isso não significa que, por ser assim devido a essas razões, o jornalismo não tenha de fato prestado serviço de elevada utilidade pública como fórum para discussão de ideias opostas, alternativas e complementares em benefício de toda a sociedade, dando chance para os indivíduos formarem sua própria opinião de modo saudável e construtivo, além de fornecer informações relevantes com comprovação factual e úteis para os cidadãos.

Foi assim durante quase todo o século 20 e segue assim em alguns casos no 21.

Mas a realidade gerada a partir da universalização da internet vem alterando esse esquema de modo radical. Os anunciantes passaram a poder prescindir dos veículos de massa e ser capazes de gastar muito menos para chegar com mais precisão às

²⁶ Schudson, Michael **Discovering the News: A Social History of American Newspapers** (New York: Basic Books, 1978), pp.11-49

parcelas da sociedade com interesse potencial por seus bens de consumo e serviços específicos.

Durante décadas, eles pagaram grandes quantias para oferecer seus produtos a um número muito maior de pessoas do que as que necessitavam alcançar para realizar suas vendas. Agora, eles podem mirar com precisão nos públicos que almejam.

Produzir e disseminar informações e opiniões também se tornou muito mais barato e simples. A oferta de conteúdo expandiu-se exponencialmente. O oligopólio ou monopólio da informação vigente em quase todas as cidades foi posto em xeque.

Essa segmentação ajudou a formar e solidificar identidades culturais, cujos integrantes têm tido a tendência de isolar-se na busca de conteúdo homogêneo e radicalizar-se na defesa de seus interesses. Muitos não demonstram interesse em conhecer pontos de vista diversos dos de seu grupo e hostilizam os que não fazem parte deles.

Com isso, fazem com que ganhem audiência e publicidade os veículos que adotam posições partidárias e percam os que tentam alcançar a imparcialidade. Estes, para recuperar terreno, também inclinam-se a adotar linhas de opinião mais explícitas e enfáticas, em especial na reação aos ataques de governos que não toleram independência.

Com as mudanças em curso, tem início o processo de construção de novas argumentações para um discurso que justifique a alteração de procedimentos hegemônicos há um século.

Como o conceito de “clareza moral”²⁷ para negar os princípios de que o jornalismo deve sempre garantir espaço a todos os setores relevantes da opinião pública. A adoção do conceito instiga o jornalista a tomar partido contra os que têm comportamentos moralmente inaceitáveis, como torturadores, racistas, homofóbicos, negacionistas da mudança climática, terraplanistas, misóginos, totalitaristas e outros.

Em muitas situações, pode ser justificável negar aos agentes do obscurantismo qualquer espaço ou ao menos não lhes oferecer espaço similar ao concedido pela imprensa a posições legitimadas pela ciência ou pela civilidade.

Mas entre os vários riscos que podem resultar da adoção de práticas como a da “clareza moral” está o do alto grau de subjetividade para a definição de quem e o que é moralmente inaceitável e conseqüente possibilidade de erro, como tem ocorrido em processos da chamada cultura de cancelamento de personalidades públicas.

A pandemia intensifica o sectarismo porque com ela estão em jogo valores elevadíssimos e a própria vida das pessoas, que passam a engendrar novas tribos²⁸ agressivamente antagonizadas. Em diversos países, no Brasil também, há confrontos sobre a eficácia de medicamentos, vacinas, práticas (uso de máscaras,

²⁷ Gessen, Masha. **Why Are Some Journalists Afraid of “Moral Clarity”?** The New Yorker. <https://www.newyorker.com/news/our-columnists/why-are-some-journalists-afraid-of-moral-clarity>. 24/06/20

²⁸ Stokes, Jon. **The YOLOers vs. Distancers Feud Is Tearing Us Apart.** Wired. <https://www.wired.com/story/the-yoloers-vs-distancers-feud-is-tearing-us-apart/> 18/08/20

distanciamento físico, funcionamento de escolas) e o direito de o Estado impor comportamentos aos cidadãos.

Esses grupos discordam até sobre o que é ou não é fato quanto à Covid-19 e se digladiam nas mídias sociais e nas ruas a respeito disso²⁹, algumas vezes com violência física. Pesquisas de opinião divulgadas no fim de agosto e início de setembro de 2020 indicam que, no Brasil e outros países, os polos desse enfrentamento congregam parcelas numerosas da população³⁰, o que aumenta o potencial de danos em caso de conflitos.

É possível que a balcanização ideológica da sociedade aumente com as divergências a respeito da pandemia com reflexos sobre o trabalho da imprensa, questionada com mais ênfase pelas novas e antigas tribos em confronto e que esperam dos seus veículos engajamento mais decidido em defesa de suas posições.

A questão da própria sobrevivência de alguns desses veículos pode exigir deles a incorporação da atitude de “clareza moral” como forma de manter sua audiência, já que atualmente quase todos dependem de assinaturas, não mais de anunciantes, para subsistir. E, como afirmou a revista “The Economist”, “diferentemente dos anunciantes, leitores amam opinião”³¹.

As evidências disponíveis a partir da observação do comportamento recente dos veículos jornalísticos no Brasil, nos EUA e em outros países permitem concluir que os cânones hegemônicos da profissão desde o começo do século 20 correm grave perigo.

Pesquisas de fôlego feitas nos EUA mostram que, embora o ceticismo em relação a tais cânones seja grande na sociedade, lá ainda parece haver base de sustentação para que eles se mantenham, desde que sejam mais bem aplicados³².

Essa prática pode fazer crescer ainda mais o nível do sectarismo que divide a sociedade. A endogamia de informação e opinião, com o hábito de só pregar aos convertidos, tende a empobrecer ou até anular o debate e a cristalizar posições cada vez mais beligerantes.

²⁹ Guimarães, Thayz. **Coronacéticos: Teses conspiratórias agitam atos anti-isolamento ao redor do mundo**. O Globo. <https://oglobo.globo.com/mundo/coronaceticos-teses-conspiratorias-agitam-atos-anti-isolamento-ao-redor-do-mundo-24612333> 30/08/20

³⁰ Ver Cambricoli, Fabiana. **Um em cada quatro brasileiros resiste à ideia de tomar vacina contra a covid-19**. O Estado de S. Paulo <https://saude.estadao.com.br/noticias/geral,um-em-cada-quatro-brasileiros-resiste-a-ideia-de-tomar-vacina-contra-a-covid-19,70003427273>, 06/09/20; Garcia, Rafael. **Ibope: população e Bolsonaro são os maiores responsáveis pelas mortes da Covid-19**. O Globo <https://oglobo.globo.com/sociedade/para-71-dos-brasileiros-pais-sofreu-mais-que-esperado-com-covid-19-mostra-ibope-1-24626542> 06/09/20

³¹ The Economist. **How objectivity in journalism became a matter of opinion**. <https://www.economist.com/books-and-arts/2020/07/16/how-objectivity-in-journalism-became-a-matter-of-opinion?frsc=dg%7Ce> 16/07/20/2020

³² Pew Research Center. **Americans See Skepticism of News Media as Healthy, Say Public Trust in the Institution Can Improve**. https://www.journalism.org/2020/08/31/americans-see-skepticism-of-news-media-as-healthy-say-public-trust-in-the-institution-can-improve/?utm_source=Pew+Research+Center&utm_campaign=360f5d7ffd-EMAIL_CAMPAIGN_2020_08_31_01_29&utm_medium=email&utm_term=0_3e953b9b70-360f5d7ffd-399356749 31/08/20

A intersecção dos grupos antagonistas nas questões da pandemia com os que se hostilizam por outras razões (raça, gênero, ideologia política etc.) tem potencial explosivo já verificado nas ruas de Brasil, EUA e outras nações.

O atual acesso universal a veículos de comunicação eletrônicos faz com que o ambiente social contemporâneo seja muito diverso do existente entre o século 17 e meados do 19, quando o consumo dos jornais e revistas era restrito aos poucos que sabiam ler, tinham dinheiro para comprá-los e dispunham de tempo livre para consumi-los.

O futuro do jornalismo pode ser a volta ao passado do partidarismo. Mas o ambiente social decorrente dessa transformação será muito diferente do que existia naqueles tempos. Provavelmente mais arriscado e menos democrático.

Apesar de suas limitações, equívocos e erros, muitos deles decorrentes de uma cultura profissional auto-exaltadora e de arrogância (vícios que talvez sejam forçosamente atenuados por causa da gravidade da crise atual), buscar a objetividade possível e apurar a verdade factual continuam sendo o que de melhor o jornalismo pode fazer pela democracia e pela sociedade.