

Editores estão otimistas com o futuro dos jornais

Pesquisa revelada em fórum mundial, na Alemanha, mostra crescente otimismo com o setor

Roberto Gazzi

ENVIADO ESPECIAL
HAMBURGO, ALEMANHA

No que depender das expectativas de seus editores, os leitores de jornais podem ficar tranquilos. A maioria deles vê com otimismo o futuro dos jornais. Ou ao menos da atividade diária de editar notícias, sejam elas no jornal de papel entregue todos os dias em suas casas e nas bancas, na internet, nos celulares e, agora, nos tablets.

É o que revela uma pesquisa divulgada na terça-feira, no primeiro dia do 17.º Congresso Mundial de Editores, que se realiza em Hamburgo, norte da Alemanha. A pesquisa foi feita pela

consultoria McKinsey com 525 editores de jornais de todo o mundo.

O levantamento mostrou que o otimismo é crescente em relação às pesquisas anteriores, feitas no começo e no meio da década. Nelas, os editores estavam contaminados pelas previsões do fim dos jornais impressos com a expansão das mídias eletrônicas. Elas eram vistas como grandes inimigas das redações – que, com o passar dos anos, passaram a enxergar nelas um aliado do bom trabalho jornalístico.

A enquete divulgada agora reflete este novo espírito, da crença numa convergência das mídias em benefício do jornalismo e seus leitores/consumidores.

Emergentes. “Já passou da hora de acabar com o pessimismo, de escrever tanto sobre o fim dos jornais”, disse o consultor Jim Chisholm, um dos apresentadores da pesquisa. Os mais otimistas são os editores de jornais

● Futuro

JIM CHISHOLM

PESQUISADOR DA MCKINSEY

“Já passou da hora de acabar com o pessimismo, de escrever tanto sobre o fim dos jornais”

GIOVANNI DI LORENZO

EDITOR-CHEFE DO 'DIE ZEIT'

“Os jornais não podem cometer o mesmo erro do início da internet. Bom jornalismo custa caro, temos de cobrar”

dos países emergentes, como Índia, China e Brasil, onde a circulação dos jornais cresce. No primeiro semestre deste ano, a circulação média diária dos jornais brasileiros cresceu 2% – a do Estado, 8%.

Para continuar atraindo seus leitores, os jornais e as redações estão mudando. A grande maioria dos editores respondeu que suas redações estão se reinventando e vão mudar ainda mais nos próximos anos, com equipes que estarão trabalhando e oferecendo conteúdos multimídias.

Essas novas fábricas de conteúdo precisarão cada vez mais, segundo eles, de profissionais inovadores, especializados e ca-

pazes de trabalhar, se preciso, em várias plataformas. Algo que custa caro. E vinha pondo em cheque a indústria, por conta da gratuidade da internet.

Conteúdo. “Os jornais não podem cometer o mesmo erro do início da internet, que foi não cobrar pelo conteúdo. Bom jornalismo custa caro, temos de cobrar”, pregou um dos palestrantes do dia, Giovanni di Lorenzo, editor-chefe do semanário *Die Zeit*, uma das publicações de referência na Alemanha. Que trouxe outra boa notícia aos presentes: apesar da crise europeia, seu jornal está crescendo. Até mesmo entre os jovens. São menos do que em outras gerações, mas leem, informou.

“Chega de negativismo e de só pensar na internet e tentar mimetizá-la. Nossos leitores querem bom jornalismo, profundidade”, disse. E, para isso, entre outras coisas, as redações devem ouvir mais os leitores, usando a facilidade dos novos meios.

A otimista palestra de Lorenzo, curiosamente, ocorreu antes mesmo da apresentação da pesquisa. Da qual participou este enviado especial, que se alinha com o otimismo geral. E que contou com um iPad para escrever este despacho.