

# A REINVENÇÃO DO JORNALISMO

JAYME SIROTSKY  
Presidente emérito do Grupo RBS  
jsirotsky@gruporbs.com.br

Acabo de participar do 17º World Editors Forum, que reuniu em Hamburgo, na Alemanha, mais de 600 editores de publicações de todo o mundo, sob os auspícios da Associação Mundial de Jornais (WAN-IFRA). De acordo com a entidade, 2010 pode ser considerado “o ano do tablet”, por demarcar a migração dos conteúdos jornalísticos para os leitores eletrônicos. Ainda assim, é também o ano em que os editores de jornais recuperaram a certeza e a confiança de que seu negócio continuará prosperando — seja pelo quatrocentão meio impresso, seja pelas moderníssimas plataformas digitais. Curiosamente, os primeiros jornais impressos são alemães, o que faz Hamburgo orgulhar-se de ter sido um dos berços dos periódicos originados do tipo móvel inventado por Gutenberg e por ser agora um polo da moderna tecnologia digital.

Pois diante da realidade da convergência evidenciada mais uma vez pelos editores reunidos na cidade alemã, ousa afirmar que 2010 é também o ano da reinvenção do jornalismo.

## VAMOS AOS FATOS.

Antecedendo ao WEF, aconteceu em Hamburgo a IFRA Expo 2010, uma exposição de tecnologia voltada para a produção de jornais. Havia mais de 360 expositores, grande número dos quais de produtos da área digital, softwares de todos os tipos, muitos

programas destinados à integração das redações e ao acesso de conteúdos de jornais e revistas. Uma feira verdadeiramente perturbadora, pois os equipamentos que recém-conhecemos já estão superados por outros. Num estande, contei dez diferentes tipos de tablets como o Kindle e o iPad, que estão sendo lançados ou o serão brevemente, além de duas dezenas de telefones celulares de quarta geração, com formatos para competir com o iPhone.

Recente, levantamento do instituto Bernstein Research mostrou que o iPad da Apple já é o eletrônico com maior e mais rápida adesão de consumidores nos Estados Unidos. Foram vendidos 4,5 milhões de aparelhos entre julho e setembro. O iPhone vendeu um milhão de unidades no primeiro trimestre de comercialização, em 2007, e o DVD, lançado em 1997, levou um ano para atingir 350 mil unidades.

É um desafio e tanto acompanhar esta corrida vertiginosa da tecnologia.

Mas o grande desafio da humanidade em matéria de comunicação continua sendo a democratização dos avanços tecnológicos e o seu uso com responsabilidade social.

Segundo o que ouvimos no Fórum de Editores, todas essas inovações maravilhosas só podem ser usadas com liberdade por menos de 20% da população do planeta.

Se estamos mesmo reinventando o jornalismo, a partir da convergência de mídias e da reafirmação do direito autoral de conteúdos, não podemos negligenciar em relação à base que o sustentou até aqui — o seu compromisso com a ética, com as liberdades e com o desenvolvimento do ser humano.

Esses valores têm que ser preservados, independentemente das plataformas que a humanidade elegeu para se comunicar. Durante o encontro de Hamburgo, também foi divulgada uma pesquisa feita pela consultoria McKinsey com 525 editores de jornais de todo o mundo. O levantamento mostrou uma guinada para o otimismo por parte de empresários e profissionais que temiam a erosão de suas atividades no início da década, quando a internet começou a fazer estragos na forma tradicional de produzir e distribuir informação.

Agora, grande parte da comunidade da informação está convencida de que o conteúdo de qualidade, produzido por jornalistas competentes e inovadores, sob os preceitos da ética e da responsabilidade, continuará sendo procurado, desejado e sustentado pelo público.

A reinvenção do jornalismo na era do tablet parte de um princípio eterno da comunicação, chamado credibilidade.

@comente este artigo no [www.meioemensagem.com.br/opiniaio](http://www.meioemensagem.com.br/opiniaio)