Novas tecnologias não ameaçam os jornais

O 59º Congresso Mundial de Jornais, que registrou um número recorde de participantes, terminou ontem em Moscou tendo o otimismo como nota predominante, já que o setor da imprensa superou seus temores com relação à chegada das novas tecnologias.

"Está claro que as empresas jornalísticas já não estão na defensiva. Os jornais continuam no centro da profissão, embora todo mundo fale do meio digital", indicou a Associação Mundial de Jornais (AMJ) após o congresso, que reuniu 1.700 participantes de 110 países.

Segundo a AMJ, os jornais aumentaram suas vendas em 0,5% em um ano e 6% nos últimos cinco anos. O incremento se deve, mais uma vez, à forte alta experimentada na Ásia. Além disso, registrou-se crescimento da receita de publicidade em 5,7%, o aumento mais importante nos últimos quatro anos.

"Formamos parte de um setor masoquista que gosta de anunciar seu fim. Nenhum meio acabou com nenhum outro", assegurou Pelle Tornberg, diretor da Metro Internacional, a rede mundial de jornais gratuitos, publicados em cerca de 20 países. A imprensa gratuita foi um dos temas predominantes do congresso.

Outro eixo de debate principal foi o das novas tecnologias. Timothy Balding, diretor da AMJ, se declarou "mais convencido que nunca de que a internet e o celular são um bom negócio para as empresas jornalísticas". As novas tecnologias "proporcionam um novo impulso. Estou tão cansado da pergunta 'A internet acabará com os jornais?' Essa não é a questão. O meio de distribuição é acessório. O núcleo da profissão de jornalista é a qualidade, o valor da marca."

Vários conferencistas ressaltaram que a internet e a imprensa escrita ainda não são concorrentes, mas sócios. Para Mathias Dopfner, presidente do grupo de imprensa alemão Axel Springer, trata de relacionar as atividades on-line com as impressas. A emergência do denominado "jornalismo do cidadão", com os blogs e a interatividade entre a imprensa e o leitor, foi outro tema do congresso.

Contudo, nem todas as perspectivas são favoráveis para o mundo do jornalismo. A defesa da liberdade de imprensa é uma das principais preocupações para a AMJ.

kicker: Para Timothy Balding, diretor da Associação Mundial de Jornais, a internet e o celular são bom negócio para as empresas jornalísticas

Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 8 jun. 2006, Comunicação, p. C-6.