DESAFIOS DO JORNALISMO NA ERA DIGITAL

Conferência Parlamentar

INFORMAÇÃO E DESINFORMAÇÃO NA ERA DIGITAL

Assembleia da República – Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto

15 de Abril de 2019

Nicolau Santos

Os media tradicionais estão numa profunda crise que veio para ficar

- 1) Quebra de audiências (leitores, espectadores, ouvintes)
- 2) Crise financeira das empresas devido à fuga publicidade para os grandes motores de busca
- 3) Concorrência das redes sociais (onde se confunde comunicação com jornalismo)
- 4) Desinformação («fake news» e pós-verdade)
- 5) Millenials, a geração que não paga pela informação
- 6) As ideias de Donald Trump têm feito caminho (os jornalistas são inimigos, escrevem «fake news», os políticos devem chegar ao povo pelo Twitter e outras redes sociais)

Trata-se de uma crise global e ainda ninguém encontrou uma solução para ela

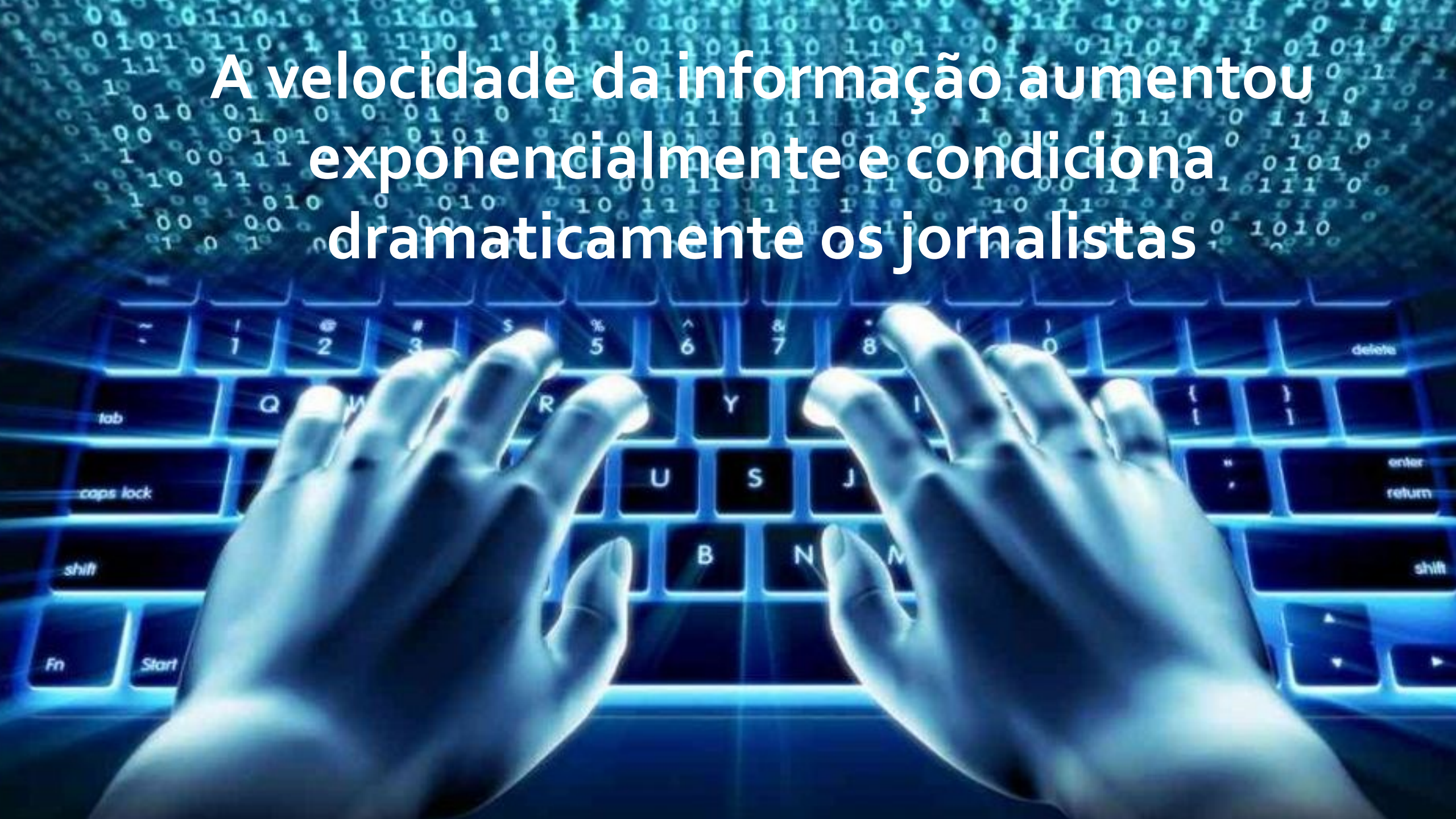
- Nos últimos quinze anos fecharam 20% dos jornais nos Estados Unidos
- Quase 1.300 comunidades norte-americanas perderam completamente a cobertura local de notícias. Metade dos 3.143 condados dos EUA têm, agora, apenas um jornal – e geralmente é um pequeno semanário. Muitos dos 7100 sobreviventes transformaram-se, basicamente, suplementos publicitários
- . No Reino Unido, entre 1966 e 2015, o Daily Mirror passou de mais de 5 milhões de exemplares vendidos para cerca de um milhão, o Sun caiu de 4 para 2 milhões e no total entre 1995 e 2015 e, média, a quebra nas vendas dos jornais britânicos foi de 4 para 2 milhões entre 1950 e 2015.
- No Brasil, só entre 2015 e 2017, as quebras nos maiores jornais oscilaram entre 28,2% e 52,7%

Razões principais para esta hecatombe

- Multiplicaram-se os produtores de informação e surge mesmo o chamado jornalismo do cidadão
- Toda a gente em todo o mundo passou a produzir conteúdos
- Por isso, todos pensam que a informação que têm lhes chega e sobra
- Estima-se que cerca de 65% da população mundial, mais de 4,2 mil milhões de pessoas, se informa apenas através das redes sociais
- Logo, cai o consumo dos media tradicionais (jornais, televisões, rádios) e dispara o consumo dos meios não tradicionais (Blogues, Facebook, Google, Twitter, Whatsapp, Instagram, Linkedin, etc)

Com tanta informação para que precisamos de jornalistas?

Qual o impacto de tudo isto nos jornalistas e no jornalismo?


A velocidade da informação aumentou exponencialmente e condiciona dramaticamente os jornalistas

A informação tem de ser disponibilizada
o mais depressa possível
Aumenta a possibilidade de erros e omissões
Diminui a capacidade de reflexão
Leva à tentação dos conteúdos patrocinados
ou a desenvolver áreas de negócio
que já não são jornalismo
E leva a que as agendas dos media tradicionais
estejam dominadas
pelo que se passa nas redes sociais

Tribalismo das redes sociais: só vejo, leio e ouço aquilo em que acredito

A tribalização da verdade:
se sou a favor de Trump,
tudo o que ele diz é verdade

CRISE DAS MEDIAÇÕES: há uma enorme pressão de cada vez mais políticos para prescindirem dos media tradicionais e relacionarem-se directamente com os cidadãos através das redes sociais, onde contam as suas "verdades" sem estarem sujeitos ao escrutínio dos jornalistas

Ora a informação das redes sociais
não é produzida de acordo
com as regras deontológicas do jornalismo.
Não é fiável nem confiável.
Mas o seu poder de multiplicação é enorme
e a sua capacidade de provocar
danos reputacionais é assustadora.

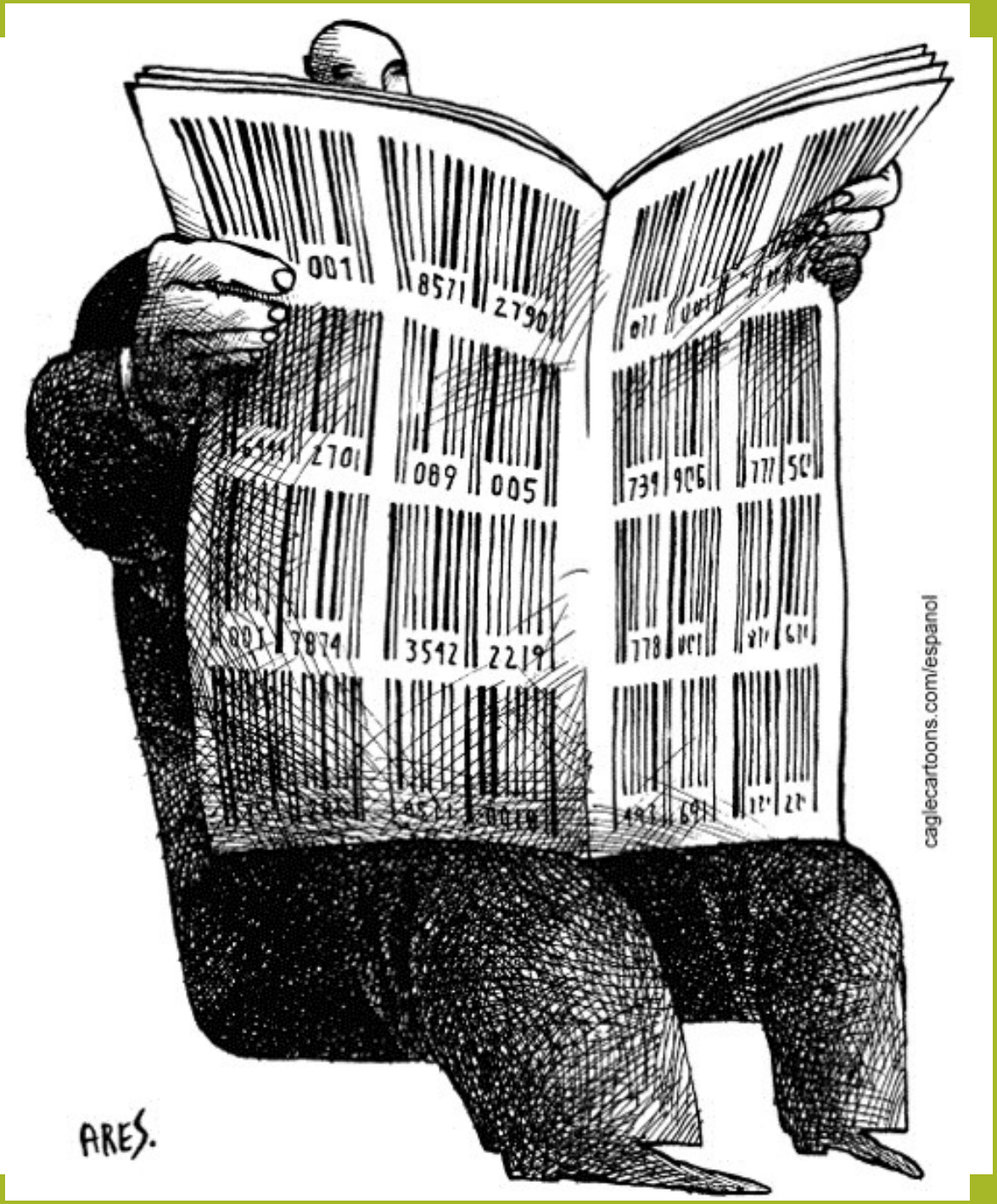
A desinformação ameaça as democracias

- As «fake news» deixaram de ser um fenómeno resultante da era da comunicação global para se tornarem uma estratégia de comunicação com objectivos de desestabilização social e política
- O poder de distribuição das «fake news» através das redes sociais é brutal e tanto atinge indivíduos e empresas como visa políticos, governos e instituições
- Contudo, as «fake news» políticas e sobre questões de saúde propagam-se duas vezes mais depressa que as outras
- Está em curso uma campanha para confundir informações ou propaganda dos governos com «fake news»
- As pessoas com mais de 60 anos são um dos principais veículos de propagação das «fake news»
- Reverter uma «fake new» é muitíssimo difícil, até porque nas redes sociais as pessoas organizam-se em grupos com as mesmas crenças e os mesmos radicalismos

Democracia e media tradicionais

- As marcas de media tradicionais são indispensáveis no combate à desinformação, ao racismo e à xenofobia
- O fecho de um jornal, de uma rádio ou de uma televisão deixou de poder ser encarado com um encolher de ombros por resultar das mudanças do mercado editorial para passar a ser uma questão democrática: por cada título a menos, a democracia fica mais pobre e mais fragilizada
- Uma democracia com menos opções informativas vai tornar-se, a mais ou menos curto prazo, a caricatura de uma democracia a caminho de um sistema facilmente manipulável a favor de fins muito pouco recomendáveis
- Os extremismos e os radicalismos são os que mais ganham com o declínio e desaparecimento dos media tradicionais

É por tudo isto que se torna fundamental que os Estados desenvolvam mecanismos inovadores para assegurar que continuem a existir grupos de media privados.
Será sempre um exercício difícil mas é fundamental para manter a pluralidade informativa nacional.
Por outro lado, é fundamental que os Estados garantam a existência de meios de comunicação social públicos suportados pelo dinheiro dos contribuintes.
A sobrevivência de uma informação livre, independente e escrutinada por entidades reguladoras, passa em grande parte por meios de comunicação social públicos

E tudo isto porque
a crise do jornalismo
é a crise das
democracias

Muito obrigado pela vossa atenção