

Transições

Centro Universitário Barão de Mauá

Título

O Brasil é uma potência em tudo, como por exemplo nas tendências evolutivas do jornalismo: entrevista com Jorge Pedro Souza

Organizadora

Gabriella Zauith Leite Lopes*

Ano de publicação

2020

Referência

SOUZA, Jorge Pedro; LOPES, Gabriella Zauith Leite. O Brasil é uma potência em tudo, como por exemplo nas tendências evolutivas do jornalismo. **Transições**, Ribeirão Preto, v. 1, n. 2, 2020.

Recebimento: 23/09/2020

Aprovação: 20/11/2020

* Doutorado em Educação pela UFSCar. Docente do Centro Universitário Barão de Mauá. Contato: gabriella.lopes@baraodemaua.br

O BRASIL É UMA POTÊNCIA EM TUDO, COMO POR EXEMPLO NAS TENDÊNCIAS EVOLUTIVAS DO JORNALISMO

Entrevista com Jorge Pedro Souza

Organização: Gabriella Zauith Leite Lopes

JORGE PEDRO SOUZA

Jorge Pedro Souza é professor catedrático e investigador da Universidade Fernando Pessoa e do Instituto de Ciências da Comunicação da Universidade Nova de Lisboa (ICNova), em Portugal. Sua área de pesquisa envolve teoria e história do jornalismo, produtos e produção jornalística. Sua pesquisa incide na história da introdução do jornalismo em Portugal e na análise dos primeiros dispositivos jornalísticos e pré-jornalísticos portugueses, bem como na introdução do jornalismo iconográfico no país e na recuperação da história da teorização do jornalismo em Portugal. Com extensa bibliografia na área de jornalismo, ele possui 43 livros publicados, além de centenas de artigos e textos disponíveis na internet. Desde 1997 realiza intercâmbio com entidades jornalísticas e parcerias com jornalistas no Brasil. “Me certifiquei de que o Brasil é uma potência de pesquisa em ciências da comunicação e está muito mais avançado em muitas áreas da pesquisa em comunicação do que Portugal. É um caso de potência em tudo como, por exemplo, nas tendências evolutivas do jornalismo”. Dentro do tema, o pesquisador traz uma crítica à academia, no sentido de ter mais investimento em projetos de pesquisa para que possa se antecipar e identificar soluções para área de comunicação. A entrevista foi realizada por meio de uma plataforma de videochamada em setembro de 2020 e se resumiu em três

temas: sua trajetória acadêmica, a história do jornalismo e a crise na imprensa, especialmente a partir dos atuais ataques à imprensa no Brasil e no mundo. “Especialmente EUA e Brasil são países democráticos e não se imaginava que os políticos pudessem atacar da maneira que fazem os meios jornalísticos”.



Gabriella Zauith: Sua trajetória acadêmica possui uma variedade de temas de pesquisa, com destaque para a História do Jornalismo Português, Fotojornalismo e Teorias do Jornalismo. Em que direção a pesquisa acadêmica de Jornalismo tem se desenvolvido nesse momento e que temas você pode destacar?

Jorge Pedro Souza: A pesquisa em jornalismo atualmente é muito interessante e, em alguns pontos, inovadora. Acompanhando a própria evolução do jornalismo provocada pela digitalização, nós temos a pesquisa de jornalismo em campos relevantes como jornalismo de dados, narrativas transmídia, jornalismo imersivo, jornalismo móvel. A universidade está acompanhando o que se passa no jornalismo, mas falta dar um outro passo, que será ir à frente da própria evolução do jornalismo, propor coisas aos meios de comunicação. Isso eu penso que a academia não consegue fazer. Mas pode ser feito por meio de laboratórios e com investimento. Infelizmente eu penso que a academia, neste aspecto, falha. Pelo menos não vai além, tanto quanto poderia, por incapacidade nossa, de professores e pesquisadores. Apesar disso, a pesquisa acadêmica é muito forte em acompanhar tendências de evolução do jornalismo, explicá-las, examiná-las e, eventualmente, criticá-las.

Ir à frente do que se passa na indústria do jornalismo só é possível com investimento em investigações, onde se possam estudar novas funções, novas ideias, sem medo de que elas possam ser rejeitadas ou não ter sucesso no mercado. As empresas até podem arriscar, mas há sempre a possibilidade de falência, por exemplo, se suas soluções não forem adequadas ao mercado. Mas, na academia, se existir financiamento podem-se estudar novas soluções para o jornalismo sem receios de que os projetos não correspondam ao mercado, pois não é isso que está em jogo. Importa que a Academia vá à frente da indústria na busca de soluções para o jornalismo ultrapassar a crise que vivencia. É necessário dinheiro, profissionais e pesquisadores capacitados, implementar laboratórios e outros dispositivos onde possam ser estudadas na Universidade novas soluções para o jornalismo, inclusive com a participação de alunos.

Gabriella Zauith: Seu currículo traz uma conexão com a produção jornalística no Brasil, com a orientação de pesquisadores e pesquisadoras brasileiros. Como você avalia esse intercâmbio acadêmico entre Brasil e Portugal?

Jorge Pedro Souza - Sim, considero o Brasil meu segundo país. É uma longa relação que mantenho com a comunidade de pesquisa do Brasil que se iniciou quando comecei a frequentar congressos do Intercom, da qual sou sócio. Também fui ao congresso fundador da SBPJor (Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo). Organizei no Porto, na minha universidade, quatro congressos luso-brasileiros sobre jornalismo e cinco jornadas internacionais de Jornalismo, os quais agregavam especialmente investigadores de Portugal e Brasil, como o professor José Marques de Melo (*in memoriam*), presente em todos eles.

Inclusive, a ideia da criação do SBPJor começou a partir de uma conversa entre Elias Machado e Eduardo Meditsch e outros colegas, num congresso que eu organizei no Porto. Logo me certifiquei de que o Brasil é uma potência de pesquisa em ciências da comunicação e está muito mais avançado em muitas áreas da pesquisa em comunicação do que Portugal. É um caso de potência em tudo como, por exemplo, nas tendências evolutivas do jornalismo. O Brasil tem uma grande comunidade de pesquisadores, por ser um país continental, que pesquisa sobre a evolução atual do jornalismo. E nós em Portugal não temos essa pujança, nem essa capacidade, até porque somos em menor número.

Gabriella Zauith: Outro destaque de sua trajetória é sua produção, especialmente de artigos, livros, e-books, além da Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Em especial, “Uma história breve do jornalismo no Ocidente” (2008), “Elementos de Jornalismo Impresso” (2005), “As notícias e os seus efeitos” (2000) e “Uma história crítica do fotojornalismo ocidental” (2000), usados por professores e alunos como fonte de pesquisa aqui no Brasil. Fale como é o processo de produção desses livros e quais são os próximos títulos.

Jorge Pedro Souza: Eu produzo trabalhando diariamente, com afinco, às vezes sacrificando finais de semana e férias. Gosto daquilo que faço, não é apenas trabalho, é entretenimento e prazer intelectual. Não sou um Einstein, sou uma pessoa trabalhadora, e tudo sai à custa de muito trabalho, essencialmente. Não planejo muito, mas frequentemente os livros estão associados a projetos de investigação. Estes sim podem ter financiamento. Agora estou elaborando um livro sobre a história do jornalismo em Portugal, que nunca foi feito, baseado em fontes secundárias.

Ele faz parte de um projeto maior, intitulado “Para uma história do jornalismo em Portugal”, que conta com financiamento público e agrupa cerca de 20 investigadores – e ainda temos mais de ano de trabalho pela frente.

Gabriella Zauith: Seu artigo “Transições na imagem do Brasil em Portugal veiculada pela imprensa: um estudo sobre as matérias publicadas nas revistas ilustradas portuguesas (1834-1922)” (2019) mostra a imagem do Brasil veiculada pela imprensa portuguesa com base nas categorias: Geografia, Etnografia, Produtivo, Personalidades e História do Brasil. Quais resultados a pesquisa já alcançou? Pode-se falar num perfil do Brasil, visto sob a ótica dos portugueses nessa época estudada?

Jorge Pedro Souza - O artigo é fruto da tese de minha orientanda de doutorado, Ana Suely Pinho Lopes, que será defendida em meados de 2021. Trata-se do estudo da imagem que estas revistas portuguesas davam ao Brasil, como um país de oportunidade, de encantos. Em linha com os mitos fundadores do próprio Brasil que estão impressos na carta de Pero Vaz de Caminha. Dá uma ideia do exotismo, da oportunidade, da beleza natural. Esses mitos se mantêm no discurso jornalístico do Brasil como terra da oportunidade. De 1822 a 1922 é esta a imagem do Brasil.

Hoje essa imagem está contaminada por outros vetores, então atualmente ela não será tanto assim positiva, seja por causa dos incêndios no Pantanal e na Amazônia, seja por causa da imagem negativa que o presidente do Brasil transmite a certos setores da Europa. Por causa da crise pandêmica, da crise econômica, hoje o Brasil não traz mais essa imagem na sua totalidade.

Há várias pesquisas sobre a imagem atual do Brasil na mídia internacional. E nossa ideia diferenciada foi pesquisar no primeiro século do Brasil, já independente, para descobrir como ele foi representado na imprensa portuguesa. O acesso às fontes se deu por meio de material digitalizado e de domínio público em bases de dados, bem como acesso às bibliotecas e hemerotecas portuguesas.

Gabriella Zauith: A crise internacional de 2008 atingiu a Europa, Portugal e Espanha, e por consequência, a imprensa. No Brasil, a crise da imprensa nas últimas décadas resultou no fechamento de jornais, especialmente impressos, como também a redução de postos de trabalho, o que indica ser uma crise de financiamento, com redução de receitas - e publicidade -, uma vez que coloca o lucro, vindo de uma empresa de mídia, em primeiro lugar. Uma colocação de Eduardo Meditsch diz que a crise é da forma de financiamento da imprensa e não de sua função social. Poderia comentar? Quais foram os reflexos dessa crise no jornalismo em Portugal?

Jorge Pedro Souza: Exatamente igual. Concordo inteiramente com o professor Meditsch. Esta crise é global. Estamos assistindo à crise provocada pelo digital no jornalismo e estamos vendo a crise do negócio jornalístico. Só os meios jornalísticos do Estado ou apoiados pelo Estado pairam acima da crise do negócio jornalístico porque são os contribuintes que, mal ou bem, os financiam. Com respeito à sua função social, a imprensa continua a ter o mesmo papel que sempre teve: controlar e vigiar os poderes e disseminar informações de interesse público. Portanto, a função social da imprensa não está em crise, mantém-se viva, socialmente relevante. Com respeito aos seus referentes não está em crise. Poderá

estar em crise com respeito à capacidade para cumprir os seus papéis sociais, como tem menos meios, menos jornalistas, menos dinheiro, portanto isso gera uma menor capacidade de fazer aquilo que lhe compete, que é controlar e vigiar os poderes, divulgar os atos dos agentes do poder e verificar se os seus atos contradizem o seu discurso, verificar as informações que difunde. A função social da imprensa está muito bem caracterizada e se mantém viva e necessária nos dias de hoje. Se a imprensa consegue cumprir a sua missão ou não, já é outra questão, pois depende dos meios que tem e estes meios estão em diminuição em função da crise do negócio jornalístico.

Gabriella Zauith: Diante dessa crise dos modelos de negócio, no Brasil surgem iniciativas independentes e financiamento coletivo de jornalistas que se unem para criar coletivos. Como o senhor vê a questão do financiamento em Portugal?

Jorge Pedro Souza: Em Portugal também há projetos alternativos. Mas ainda não há formas relevantes de financiamento do jornalismo que se apresentem como alternativas viáveis ao anúncio publicitário. Isto é um drama. Existem estratégias como *crowdfunding*, fundações jornalísticas, mesmo apoios estatais, entre outros modelos de financiamento. O governo português vai dar algum dinheiro às empresas jornalísticas por causa da pandemia. Mas tudo isto não substitui o anúncio publicitário, que continua a ser a principal fonte de receita dos meios jornalísticos industrializados. Como esse modelo está em crise, a missão do jornalismo está ameaçada. Em Portugal há vários exemplos também de jornalismo independente que encontram outras formas de financiamento, mas estamos falando de pequenos meios jornalísticos, de reduzida influência. Tirando um ou outro

caso de influenciadores digitais, no YouTube e outras mídias sociais, que tem audiências determinadas, segmentadas e quase todas constituídas por nativos digitais.

Gabriella Zauith: Portugal, vindo dessa crise, como está se portando diante da pandemia da covid-19? Nos tempos de novo coronavírus, a imprensa se tornou um meio seguro de obter informações científicas e apuradas com rigor. No Brasil, a violência contra jornalistas e a ignorância quanto à sua função têm ocorrido diversas vezes por parte de governantes, trazendo um descrédito quanto à legitimidade da imprensa para o grande público. Este fato, por consequência, deu vazão a discursos vazios que ocultavam a real importância e a letalidade da covid-19, bem como o não acompanhamento das regras sanitárias e de isolamento social, além de colocar em evidência estudos não comprovados sobre medicamentos. Como foi a cobertura em Portugal?

Jorge Pedro Souza: Essa é uma pergunta curiosa. Quando começou a pandemia da covid-19 em Portugal, as pessoas correram aos sites jornalísticos convencionais, assistiram a telejornais, escutaram informações no rádio. O jornalismo deu resposta a essas necessidades informativas das pessoas. Mas com o tempo, em Portugal, o jornalismo explorou a covid-19 em excesso e deixou de tratar temas igualmente importantes, de modo que cansou as audiências. Houve um efeito de saturação que desviou novamente o público dos meios jornalísticos, nomeadamente na televisão. Mas a pandemia fez crescer, de forma geral, a audiência de todos os meios jornalísticos portugueses, especialmente no início. Os portugueses continuam a ter uma certa confiança nos meios

jornalísticos, que ainda são legitimadores das informações que circulam no espaço público.

Os ataques à imprensa, aos meios jornalísticos e aos jornalistas não são exclusivos do Brasil, pois os países mais autoritários também atacam a imprensa. A imprensa não é totalmente livre em muitos países. Os EUA e o Brasil, por exemplo, são países democráticos, então não se imaginava que os políticos destes países pudessem atacar, da maneira como fazem, os meios jornalísticos e os jornalistas.