

A crise do jornalismo

Os média estão em crise. Podemos analisar os vários problemas de diferentes perspetivas e de diversas formas. Na era das redes sociais, onde os média deviam ser uma fonte digna para o escrutínio da sociedade, esse papel ficou comprometido devido à crise económica. Ou seja, os jornais e os jornalistas estão muito mais interessados em vender do que em informar — o que devia ser o grande foco.

A verdade nua e crua surge agora envolta num exagero exacerbado, tanto na forma como se dão as notícias como na maneira como as informações são divulgadas, o que acaba por originar teorias da conspiração.

O mundo, por si só, já é caótico — não precisa de um clímax de exagero. O jornalismo de sangue e de perseguição faz com que os eleitores se afastem. A verdade é que este papel de “cães de caça”, só para vender, fica mal à comunicação social. Para além disso, vemos cada vez mais repórteres de televisão a darem a sua própria opinião, quando deviam simplesmente transmitir notícias. A população já é capaz de tirar as suas próprias conclusões com base naquilo que está a ser mostrado.

É importante lembrar que os jornalistas têm de ser neutros na informação que transmitem. O seu papel não é influenciar a opinião pública, mas sim fornecer factos claros, objetivos e bem fundamentados. Quando essa neutralidade se perde, o jornalismo perde também a sua credibilidade.

Também a nível televisivo e da política, as propagandas feitas contra ou a favor de certos partidos só afastam as pessoas de ver os telejornais. Pintar a política como o lado mais obscuro da sociedade não é forma de fazer jornalismo. O escrutínio deve ser feito, sim, mas não da maneira como está a ser feito.

Porque é que há tantos comentadores que podiam ser qualificados para cargos públicos, mas não querem? Por medo da perseguição exacerbada, da exposição da sua vida pessoal. Com estes *modus operandi*, só afastam a população dos média.

E não adianta tentar pôr a culpa toda nas redes sociais. O grande problema já não está só nelas. O que falta, muitas vezes, é a ética no jornalismo — e o gosto genuíno por informar. É inegável que as redes sociais criam desinformação e espalham mentiras, mas isso só deveria dar ainda mais força e responsabilidade aos média para fazerem um trabalho sério e credível.

Francisco Machado