

Dez Tarefas dos Media para Pôr em Prática em 2010

Marina Marques. DN 2 de Dezembro 09

O 'blogue' norte-americano Save the News aponta as áreas-chave em que as empresas de comunicação têm de ser mais activas

Diminuição do número de leitores da imprensa escrita (que continuam a migrar para a Internet, onde, maioritariamente, a informação ainda é gratuita), queda superior a dois dígitos nas receitas publicitárias e ausência de um novo modelo económico que permita rentabilizar a distribuição de informação através das várias plataformas digitais são algumas das questões que em 2009 suscitaram aceso debate entre profissionais e teóricos do sector de media.

Mas como ultrapassar este impasse? Que devem fazer as empresas de comunicação social para em 2010 conseguirem travar o declínio do sector, marcado no ano passado pelo fecho de publicações centenárias e pelo despedimento de milhares de profissionais da área?

"10 Resoluções do Jornalismo para 2010", um artigo publicado no blogue norte-americano Save The News, voz activa de profissionais do sector ao longo de 2009, apresenta uma lista de dez tarefas que considera imprescindíveis pôr em marcha para assegurar o futuro da actividade jornalística. E chamam à acção tanto empresas de comunicação como responsáveis políticos.

Apostar na experimentação, aumentar a diversidade, criar comunidades, fomentar a cooperação e potenciar a mobilidade são as cinco grandes áreas de actuação apontadas.

Passo a passo e partindo dessas cinco grandes áreas-chave elenca uma lista de dez tarefas em concreto para pôr em prática.

Usar encontros e espaços digitais para partilhar os resultados de projectos dentro de cada órgão de comunicação, explicando como foram feitas as colaborações é a

primeira, seguindo-se a criação de espaços comuns onde jornalistas e técnicos possam juntos promover soluções.

Trazer mais mulheres e diferentes vozes aos centros de decisão sobre o futuro do jornalismo é a terceira tarefa assinalada, seguindo-se o fomento das relações de trabalho com outros meios e as relações entre jornalistas e bloggers.

Surge depois a adaptação dos impostos aplicados à imprensa na era digital e o desenvolvimento e a partilha das melhores práticas e modelos de participação da comunidade. Criar novas formas de informar e desenvolver formas de melhorar a colaboração dos cidadãos e os critérios de avaliação dessa colaboração tendo em conta o interesse público são duas outras acções apontadas.

Lutar por políticas que permitam a coexistência de organizações jornalísticas comerciais e sem fins lucrativos e trabalhar com fundos e investidores para coordenar e aumentar o apoio à experimentação e a colaborações estratégicas fecham o caderno de encargos.