



bio

FÁTIMA DE SOUSA
Diretora da revista
Briefing

Futuro, que futuro?

Future, what future?

“Porque escrever sobre o futuro do jornalismo é escrever sobre uma mão cheia de incógnitas colocadas pelo cenário que a profissão enfrenta atualmente.”

Este arrisca-se a ser um texto polvilhado de lugares comuns. Porque escrever sobre o futuro do jornalismo é escrever sobre uma mão cheia de incógnitas colocadas pelo cenário que a profissão enfrenta atualmente.

Comecemos pela dialética digital versus papel. Não é nova, sequer, mas continua na ordem do dia: as tiragens caem, a publicidade não paga os custos e, last but not the least, aparentemente, não há leitores que justifiquem o formato. Será? É verdade que o papel tem a sobrevivência ameaçada, mas não estou convencida da sua morte anunciada. Terá de se reinventar, certamente. E, nós, jornalistas, também. Diz-me a experiência deste quotidiano em publicações que vivem nas duas plataformas que uma não vive sem a outra.

E nesse esforço de sobrevivência e reinvenção, será que os conteúdos fechados, por subscrição, são a salvação dos media? Também não me parece. Não porque os conteúdos não devam ser pagos, porque devem, mas porque dificilmente se paga por algo que estava disponível gratuitamente. Mesmo que se lhe reconheça valor. Impõe-se uma mudança de atitude (de mentalidade?) que não é fácil.

Tal como não é fácil aceitar que uma das estratégias para a sustentabilidade dos media passa pelos conteúdos patrocinados. Porque se colocam os jornalistas numa encruzilhada entre o editorial e o comercial, entre o interesse noticioso e o interesse financeiro. Porque, muitas vezes, se colocam os jornalistas com um pé de cada lado da linha da fronteira da ética e da deontologia.

E, a propósito de balizas, o que dizer da influência que as redes sociais têm no modo como se exerce a profissão? São incontornáveis, claro, mas trazem o risco das fontes anónimas e não confirmáveis, das tão mediáticas (e politizadas) fake news, da chamada pós-verdade. Como filtrar? Como combater a desinformação?

Pois, eu avisei que este se arriscava a ser um texto de lugares comuns. Já o futuro...

This rises to be a text sprinkled with common places. Because writing about the future of journalism is writing about a hand full of unknowns placed by the scenario that the profession currently faces. Let's start with the digital dialectic versus paper. It's not new at all, but it's still the order of the day: the print runs down,

the advertising does not pay the costs and, last but not the least, apparently there are no readers who justify the format. Will it be? It is true that the paper has survival threatened, but I am not convinced of its announced death. It will have to reinvent itself, certainly. And we journalists, too. It tells me the experience of this everyday life in publications that live on both platforms that one does not live without the other. And in this effort of survival and reinvention, is closed content, by subscription, the salvation of the media? I do not think so either. Not because the contents should not be paid, because they should, but because they hardly pay for something that was available for free. Even if you value yourself. Do you need a change of attitude (of mentality?) That is not easy. Just as it is not easy to accept that one of the strategies for the sustainability of the media goes through the sponsored content. Because journalists are placed at a crossroad between editorial and commercial, between newsworthiness and financial interest. Because journalists are often placed with one foot on either side of the ethical and deontological frontier. And, in terms of beacons, what about the influence that social networks have on the way the profession is practiced? They are unavoidable, of course, but they carry the risk of the anonymous and unconfirmed sources of the so-called (and politicized) fake news, of the so-called post-truth. How to filter? How to combat misinformation? Well, I warned you that this might be a commonplace text. Now the future ...