

Editorial



Osvaldo Cabral
osvaldo.cabral@diariodosacores.pt

153 anos ao lado das famílias açorianas

Nesta edição do 153º aniversário do “Diário dos Açores” publicamos um interessante artigo do Professor Rubens Pavão, colaborador deste jornal há 70 anos, que conta algumas histórias curiosas da vida deste diário.

Uma delas chama-nos a atenção para o epíteto que honrava o cabeçalho do jornal, numa segunda fase da sua vida desde o seu fundador Tavares de Resende até à quarta geração: UM JORNAL DE FAMÍLIA.

É uma expressão que pode parecer desusada nos dias de hoje, tal é o egoísmo que se apoderou na sociedade moderna e o discurso de ódio e de desinformação que grassa nas novas plataformas digitais.

E é exactamente por resposta a este novo contexto da informação e conhecimento em que vivemos, que faz todo o sentido recuperar esta proximidade familiar junto dos leitores.

Os jornais centenários, como o “Diário dos Açores”, sempre fizeram parte de várias gerações familiares, como se fossem um membro da família, que entram todos os dias pela casa dentro e que ninguém dispensa na rotina do lar, do café ou do local de trabalho.

O jornalismo tradicional precisa de recuperar esta proximidade e esta familiaridade, sinalizando a diferença dos novos média, mais frios, mais distantes e mais imprecisos.

Depois do impacto que foi o aparecimento da Internet e das consequentes novas plataformas digitais, que causaram forte mocha na imprensa tradicional, assiste-se, agora, a uma recuperação inevitável, graças à persistente sobrevivência daqueles que acreditaram sempre nos valores da credibilidade do jornalismo sério e qualificado.

Não admira, por isso, que os estudos que vão aparecendo concluam que os leitores estão a regressar aos jornais, cada vez mais desiludidos com a credibilidade das redes sociais.

E, no entanto, também há bom jornalismo nas plataformas digitais, quando adoptam os mesmos valores fundacionais do bom jornalismo de causas, de seriedade e de proximidade com os cidadãos.

O último “Estudo Meaningful Media para Portugal”, do Havas Media Group, agora publicado, revela esta tendência, com um dilema digital: os motores de busca e redes sociais lideram, ainda, o consumo, mas são encarados como sendo menos credíveis, enquanto a televisão, jornais e rádio são reposicionam-se como os mais credíveis e cada vez mais procurados.

Segundo o estudo, os atributos mais associados aos meios não digitais continuam a ser a “Credibilidade” e a “Capacidade de Atualização”.

A capacidade de atualização informativa está mais associada aos Canais de TV por subscrição, o que denota a cada vez maior importância dos canais informativos.

Ainda que a capacidade de atualização permaneça o factor mais relevante em todas as faixas etárias, nesta vaga sobressai o aumento da importância do factor Entretenimento, sobretudo nas faixas mais velhas (45+ anos), o que é perceptível pela oferta das televisões generalistas em Portugal, com uma programação virada para as famílias, no horário nobre, mesmo que muitos dos programas (uma grande parte) sejam nivelados por baixo.

Ainda de acordo com referido estudo da Havas, o potencial dos motores de busca e redes sociais mantém-se a níveis elevados e não é esperado que regreda, mas também se constata que estes canais são encarados como menos credíveis e geram elevados níveis de incómodo.

O estudo conclui que os elevados níveis de saturação (repetição) e de intrusão (“não os consigo evitar”) são dois dos principais motivos para esta percepção generalizada.

Daí que uma selecção cada vez mais criteriosa do contexto, das plataformas de comunicação em função dos objectivos, ferramentas de ‘targeting’ mais apuradas e uma frequência óptima de contacto que limite o incómodo constituem parte da resposta a este dilema.

E é aqui que entram os jornais, tradicionalmente mais cuidadosos na escolha dos temas noticiosos e no respeito pelos valores deontológicos da profissão, atirando-lhes para níveis de credibilidade muito mais altos do que as plataformas digitais.

É na simbiose de todos os instrumentos disponíveis que o bom jornalis-

mo renasce e se pode tornar mais líder para quem procura conhecimento e informação ‘limpa’.

Os jornais, aliando-se às técnicas mais modernas do mercado, podem conquistar novos leitores, sobretudo os mais jovens, mais propensos às plataformas digitais.

A proximidade é o segredo.

Estar ao lado das famílias, dos cidadãos e das causas justas por que lutam, continua a ser o dever mais importante do jornalismo e é nisto que o “Diário dos Açores” acredita.

Queremos continuar a ser UM JORNAL DE FAMÍLIA, que seja a voz de cada uma delas nesta região, que defenda os princípios de dignidade de cada cidadão, especialmente os mais desprotegidos e mais frágeis, não esquecendo a luta permanente dos desígnios da nossa Região, enquanto território com Autonomia e órgãos próprios de governação.

Nunca conformados e sempre irreverentes, é outra bandeira, obedecendo apenas a critérios plurais e de isenção, onde todos possam ter a sua opinião no respeito pelos outros, como aliás é perfeitamente provado pelas edições diárias deste jornal.

A resistência de 153 anos seguidos a colocar todos os dias o jornal na rua é uma das marcas mais fortes do “Diário os Açores”.

Só por isso, pelo contributo de serviço público prestado à Região, enriquecemos o património açoriano, conjuntamente com os outros jornais centenários, pelo que é devido a este legado o apoio público que os jornais merecem, enquanto guardiões da democracia e do escrutínio público.

Tudo isso só é possível com a adesão dos leitores, dos nossos colaboradores, assinantes e anunciantes, a quem os responsáveis desta casa, toda a equipa de trabalhadores, agradece por fazerem parte desta família cada vez mais fortalecida.

Muito obrigado a todos por esta caminhada de resistência e boas leituras.

