

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

Novos valores ou baixo custo?

Inovação disruptiva em meios nativos digitais

André Deak, Mestre em teoria da comunicação pela ECA USP, ESPM-SP

Edson Capoano, Doutor em comunicação e cultura pelo PROLAM-USP, ESPM-SP

Resumo simples:

Afinal, o que há de inovação disruptiva em novos meios digitais, alternativos e independentes? Este trabalho propõe encontrar elementos de inovação disruptiva em meios nativos digitais brasileiros de dois rankings de jornalismo: o “Mapa do Jornalismo Independente”, com 73 iniciativas jornalísticas alternativas da Agência Pública; e a pesquisa de “Novo Jornalismo” do Media Lab da ESPM-SP, em que foram investigados 60 casos com novas linguagens e novos produtos, no Brasil e no mundo.

Palavras-chave: jornalismo, inovação, disrupção, meios nativos digitais.

Introdução

A tecnologia e mais especificamente a internet deram origem a novos mercados e modelos de negócio ao jornalismo. A busca por soluções eficientes em formatos, conteúdos e em sustentabilidade financeira geraram um cisma entre modelos tradicionais e antigos veículos de jornalismo e os nativos digitais. Clayton Christensen (1997) chama esse fenômeno de *inovação disruptiva*, que cobra do mercado mudanças estruturais, ainda que possam ser de menor desempenho por estarem em uma primeira fase da revolução sistêmica que comportam.

Nesse contexto, os veículos jornalísticos concebidos para a internet, com redações pequenas, custo de hospedagem de conteúdo mínimo e produção com valor marginal são casos interessantes de serem analisados, pois necessitam aplicar o conceito de

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

inovação disruptiva, seja para atrair público da grande mídia com novos formatos e conteúdos, seja como modelo de negócio, com métodos de financiamento inovadores e customizados.

Metodologia

Pesquisa bibliográfica sobre os conceitos de inovação e os métodos de financiamento encontrados em ambos rankings de inovação em jornalismo; estudo de casos, a partir da definição dos conceitos de Christensen e Raynor (2003) para identificação do potencial disruptivo das iniciativas jornalísticas, através da resposta às seguintes perguntas:

- *O baixo custo de produção permite que o consumidor de notícias utilize corretamente o produto (as notícias)?*
- *Existem no mercado consumidores interessados em produtos pouco sofisticados em função do custo mais baixo?;*
- *É necessária ajuda de algum intermediário (outro veículo como fonte) para complementar informação?*

Discussão e/ou Resultados

A confirmação dos quesitos propostos por Christensen e Raynor para identificação do potencial disruptivo das iniciativas jornalísticas são: *Think Olga* (projeto “Chega de fiu-fiu”) Fluxo; *Infoamazonia*, *Brio*; *Repórter Brasil* (projetos “Moendo Gente” e “Eles Mandam”). Os resultados sobre iniciativas que continham inovação disruptiva no formato, conteúdo ou no modelo de negócios, encontrados em ambas listas.

Conclusões

As consequências da inovação disruptiva podem alterar o cenário informativo brasileiro. Se por um lado as grandes organizações têm dificuldades de reter público

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

consumidor e de pagar suas contas, os novos meios digitais se popularizam como referência informativa. Porém, estes também podem enfrentar dificuldades competitivas, já que o baixo custo e estrutura limitam o seu poder de alcance do público e de apuração de suas notícias, ou seja seu valor. Ainda assim, parece que as inovações disruptivas contidas em seu modelo de negócio desde o início de suas atividades garantem uma potencial sustentabilidade financeira no futuro e um valor de independência à sua produção. Além disso, a tendência de os consumidores de informação cada vez migrarem mais para ambientes web vislumbra o aumento de seu mercado consumidor. Já os modos de financiamento tendem a seguir a inovação disruptiva que formato e conteúdo já apresentam no jornalismo. Assim como a inovação na linguagem e nos conceitos jornalísticos, é necessário inovar nas formas de pagamento, mais adequadas aos suportes dos empreendimentos (a web) e ao tipo de engajamento com o público.

Referências:

- AGENCIA PUBLICA. *Mapa da Pública do Jornalismo Independente*. Acessível em <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acessado em 01/08/2016.
- CÂNDIDO, Ana Clara. *Inovação Disruptiva: Reflexões sobre as suas características e implicações no mercado*. 2011.
- CHRISTENSEN, Clayton M. *O Dilema da Inovação: quando novas tecnologias levam empresas ao fracasso*. São Paulo: Makron, 2001.
- DRUCKER, Peter F. *Inovação e Espírito Empreendedor*. Cenage Learning, 1986.
- DEAK, André. *Novo Jornalismo*. Media Lab ESPM-SP, 2015.