

Apresentação:

Dossiê Inovação em mídia na Ibero-América: mirando o futuro

Editoras convidadas:

Profa. Dra. Ana Cecília Bisso Nunes (PUCRS, Brasil),

Profa. Dra. Ana Marta Moreira Flores (NOVA, Portugal),

Profa. Dra. Maria Isabel Villa Montoya (EAFIT, Colômbia)

Identificar, caracterizar e refletir criticamente sobre os processos inovadores da comunicação, da mídia e do jornalismo são os pontos centrais da edição temática de Inovação em mídia da Revista Observatório. O dossiê apresenta uma curadoria de quatro artigos que exploram os cenários no Brasil e na Colômbia com destaque para inovações nos campos prático, acadêmico, social e econômico, onde são mostradas novas formas de aprendizagem mediadas por tecnologias, a criação de modelos de negócios e expansão transmídia de conteúdos, produtos ou serviços para ambientes multiplataforma. Como é imprescindível, a crise sanitária surge como um contexto atípico e de pano de fundo para algumas das discussões propostas.

Em *Retrato dos media labs: um framework para criação de laboratórios de mídia universitários*, de autoria de Maria José Baldessar e Larissa Gaspar Coelho Pinto é explorada uma visão panorâmica por meio dos ecossistemas de inovação e sua conexão com os laboratórios de mídia com os setores da tecnologia, com especial interesse nos espaços inseridos em universidades de todo o Brasil. A partir de um levantamento abrangente, o artigo ainda apresenta uma proposta conceitual e prática para a criação destes ambientes inovadores.

Uma perspectiva de como o jornalismo regional e local pode inovar está presente no artigo *Inovação e sustentabilidade em novos arranjos econômicos jornalísticos de Santa Catarina*, de Stefanie Carlan da Silveira, Dairan Mathias Paul e Alessandra Natasha Costa Ramos. O trabalho expõe uma face pouco documentada na pesquisa acadêmica, discutindo as estruturas de sustentabilidade econômica de iniciativas digitais do estado catarinense. Também avalia se há de fato elementos inovadores ao investigar 20 casos de nativos digitais, com atenção ao contexto de escassez informacional nos chamados desertos de notícia.

O terceiro artigo do deste dossiê é intitulado Perspectivas para o mercado de jornalismo: uma análise das tendências de inovação em gestão de mídia e propõe uma taxonomia exploratória para a categorização de diferentes tipos de empreendimentos jornalísticos no cenário contemporâneo, considerando seus suportes legados de distribuição e o modo de organização da produção noticiosa. O artigo, de autoria de Jonas Gonçalves e Francisco Rolfsen Belda, faz isso a partir de uma revisão sistemática de literatura que tratam do assunto a partir dos termos-chave “gestão de mídia” e “inovação no jornalismo”. Ainda, discute exemplos de dois veículos jornalísticos brasileiros, *A Gazeta* e *Poder360*, para perceber relações entre as tendências de inovação e gestão identificadas na literatura e as práticas nestas organizações.

Por fim, o trabalho intitulado Processos de inovação e apropriação tecnológica em estações de rádio comunitárias: um estudo da rádio La Cometa e La Esquina na Colômbia agrega uma dimensão Latino-Americana à discussão. O artigo de autoria de María Villa analisa os processos de apropriação social das Tecnologias de Informação e Comunicação nestes dois veículos a partir de entrevistas semi-estruturadas e demonstra o papel delas em otimizar a mobilidade, a independência e em aproximar as rádios com as suas comunidades de influência. Este artigo discute o cruzamento entre o empoderamento social e o uso de ferramentas que facilitam as práticas de comunicação mais horizontais. Nas conclusões deste trabalho, percebe-se que o contexto, que é enquadrado por aspectos socioeconômicos e políticos, influencia diretamente no acesso às tecnologias pelas rádios comunitárias analisadas.

A inovação será sempre um desafio a ser estudado e um objeto inesgotável de novas descobertas, como bem pudemos observar no recorte deste dossiê. Isso porque ela é capaz de gerar novos produtos, serviços ou modelos (Caulier-grice, Mulgan, & Murray, 2010); seja oriunda do setor educacional, público ou privado, vinculada à comunicação, onde a inovação pode estar entendida como um conjunto de práticas coletivas, relacionadas à mudança social (Domanski et al, 2016). Ainda, é importante reconhecer que a inovação em mídia é relacionada a uma capacidade de reação a contextos adversos que, através de processos criativos, geram produtos, processos e serviços que agregam valor às audiências e contribuem para a sua sustentabilidade (García-Avilés et al., 2019).

Os artigos desta edição buscam, através de revisão de literatura, estudos de casos e entrevistas, entender o estado atual da inovação em mídia e jornalismo na América Latina para

estabelecer possíveis caminhos de desenvolvimento e evolução. Desejamos a todos uma excelente leitura!

Referências

Caulier-grice, J., Mulgan, G., & Murray, R. (2010). *The open book of social innovations*. Social innovator series: ways to design, develop and grow social innovations. The Young Foundation, 30(8), 224. <https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.0030166>

Domanski, D., Monge, N., Quitiaquez, G., Rocha, D. (Eds). (2016). *Innovación social en Latinoamérica*. Bogotá, Corporación Universitaria Minuto de Dios. Parque Científico de Innovación Social.

García-Avilés, J. A., Carvajal-Prieto, M., Arias, F., & De Lara-González, A. (2019). *How journalists innovate in the newsroom*. Proposing a model of the diffusion of innovations in media outlets. *The Journal of Media Innovations*, 5(1), 1-16. <https://w3prod-ojs01.uio.no/index.php/TJMI/article/view/3968>.