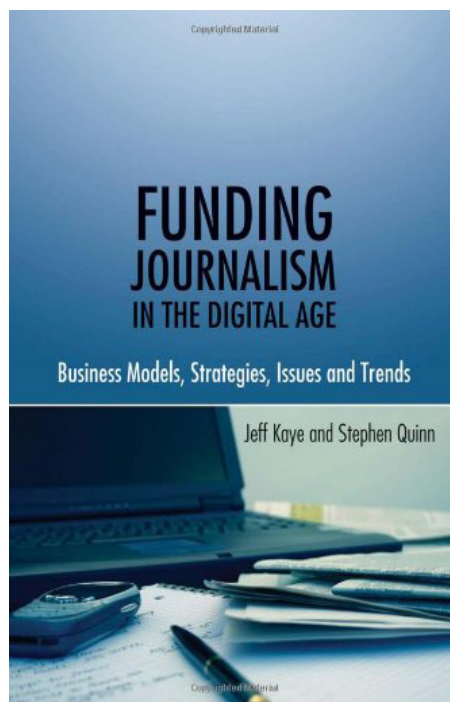


Jeff Kaye & Stephen Quinn,

Funding Journalism in the Digital Age: Business Models, Strategies, Issues and Trends.

New York: Peter Lang Publishing, Inc., 2010.



Funding Journalism in the Digital Age é um livro essencial para quem busca informação sobre novos modelos de negócios para os media. Para além de nos indicarem vários caminhos para o futuro, os autores fazem um trabalho de contextualização muito importante, para se compreenderem as mudanças que as novas tecnologias introduziram na Indústria e como os meios de comunicação social estão a reagir a este momento de mudança.

A evolução da Internet criou uma verdadeira revolução digital, que está a abalar muitos setores da economia. Aquilo que começou por ser um problema da indústria discográfica e do entretenimento em geral, através da partilha ilegal e livre de ficheiros na Internet, alcança agora o “News Media”.

Sabemos que houve uma disrupção do modelo de negócio que acompanhou os media ao longo de todo o século XX. Este facto põe em causa a continuidade de um trabalho jornalístico livre e isento, que constituiu, ao longo das últimas décadas, um dos pilares essenciais das democracias ocidentais.

As notícias, quando consultadas na Internet, eram até aqui tendencialmente gratuitas e esta será uma tendência difícil de inverter. No entanto, as condições do mercado mudaram e os media veem-se obrigados a encontrarem

uma forma de cobrar aos seus consumidores pelos conteúdos que produzem. O modelo apenas baseado na publicidade tem demonstrado grandes fragilidades quando aplicado na Internet. É essencial encontrar um novo paradigma.

Os autores enumeram e descrevem, neste estudo, algumas experiências que estão a ser levadas a cabo um pouco por todo o mundo, com especial atenção aos Estados Unidos, numa tentativa de criar um quadro alargado das opções que estão ao alcance dos “News Media” neste momento.

Esses modelos de negócio vão desde os micropagamentos, passando pela filantropia, a criação de nichos de mercado, o conceito de Freemium (modelo onde se conjugam conteúdos pagos com outros conteúdos de acesso livre), até aos e-papers e os novos dispositivos eletrónicos, ou ainda o jornalismo do cidadão em parceria com as instituições convencionais, que são neste livro apresentados com base em exemplos em funcionamento, muitos ainda experiências piloto, mas que apontam caminhos para aquilo que poderá no futuro ser um modelo híbrido para os “News Media”.

Lançada em 2010, esta obra é de uma grande atualidade e apresenta-se como uma ferramenta essencial para a construção do estado da arte neste tema.

Jeff Keye e Stephen Quinn, professores universitários e autores, com um vasto currículo enquanto jornalistas, em jornais como Los Angeles Times, The Guardian, ou ainda na BBC, trabalham também enquanto consultores dos media, fazendo do estudo do impacto das novas tecnologias nos meios de comunicação a sua linha de investigação.

Ângela Mendes

Escola Superior de Educação de Portalegre. C3i