

Robert G. Picard

CRIAÇÃO DE VALOR E O FUTURO DAS ORGANIZAÇÕES JORNALÍSTICAS

Por que e como o Jornalismo deve Mudar para
Permanecer Relevante no Século XXI



media XXI
Centro Americano de Estudos e Políticas da Comunicação

Criação de Valor e o Futuro das Organizações Noticiosas

Por que e de que forma as organizações noticiosas mudam? Com a tendência para baixos custos e baixos preços, de que forma a indústria de notícias pode criar valor a fim de assegurar sua sobrevivência no ambiente digital? A maior parte dos desafios contemporâneos enfrentados pelas organizações noticiosas são consequências das mudanças no ambiente midiático e no mercado de mídia. Estas alterações têm reduzido o valor das notícias e informações, e romperam os atuais modelos de negócios das produtoras de notícias. Muitas destas mudanças têm respondido adequadamente às rupturas causadas pela chegada da televisão e da internet, pelas mudanças sociais e de estilo de vida e pelo desligamento das instituições tradicionais. A perspectiva de criação de valor afirma que o valor está na mente do consumidor e é uma medida de mérito ou importância dada a um produto ou serviço. Atualmente, há claros indicadores de que a opinião do consumidor sobre o valor das notícias e informações contemporâneas são relativamente pobres dada sua relutância em fazer gastos temporais e monetários significativos com o conteúdo. Isto, por sua vez, pode significar que grande parte das notícias e informações fornecidas atualmente pelas organizações noticiosas é incapaz de criar valor funcional, emocional e auto-expressivo não só para os seus usuários, mas também para os jornalistas, investidores, anunciantes e a sociedade em geral. O jornalismo e as organizações noticiosas estão em um momento decisivo de sua existência. Aqueles que escolherem mudar e aumentar o valor para seus acionistas terão um futuro; aqueles que continuam em seus caminhos atuais definirão.

[Clique aqui para obter este livro](#)